

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Limba și literatura română și științele comunicării
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Practică de specialitate				
Titularul activităților de curs					
Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Petru Ioan MARIAN-ARNAT				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC – complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână		Curs		Seminar		Laborator		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	90	Curs		Seminar		Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:								ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								88
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri								
II d) Tutoriat								
III Examinări								2
IV Alte activități (precizați):								

Numărul de credite	3
--------------------	---

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Introducere în științele comunicării, Fundamentele relațiilor publice, Sistemul mass-media, Tehnici și strategii de relații publice, Tehnici de comunicare și negociere, Comunicare în situații de criză;
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională;

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului		–
Desfășurare aplicații	Seminar	–
	Laborator	–
	Proiect	<ul style="list-style-type: none">• Acorduri de practică cu instituții media (presă scrisă, radio și TV) și din domeniul relațiilor publice;• Programe de practică în centrele media și de comunicare și imagine ale USV.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice; C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare;
-------------------------	--

Competențe transversale	CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii;
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Exersarea abilităților practice de creare și editare de conținuturi media și de relații publice; Înțelegerea fluxului de producție media și a căilor de comunicare internă și externă într-o organizație; Realizarea unui portofoliu de produse media și de relații publice într-un context instituțional;
-----------------------------------	--

8. Conținuturi

9.

Aplicații practice	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Integrarea în echipă	90	Învățare prin probleme și aplicații practice; lucru în grup într-o organizație; lucru individual; observație și acțiune.	
2. Structuri organizaționale			
3. Distribuția sarcinilor			
4. Comunicarea în organizații			
5. Rezolvarea conflictelor			
6. Trasarea de obiective			
7. Managementul timpului			
8. Proiecte individuale			
9. Proiecte de grup			
10. Evaluarea producțiilor multimedia			
11. Evaluarea modului de lucru			
12. Auto-evaluarea			
13. Pregătirea unui portofoliu profesional			
14. Colocviu			

Bibliografie

Balaban, Delia-Cristina; Iancu, Ioana; Meza, Radu (coord.), PR, publicitate și new media, Tritonic, București, 2007.

Balaban, Delia-Cristina; Rus, Flaviu Călin (coord.), PR Trend. Teorie și practică în publicitate și relații publice, Tritonic, București, 2007.

Bălănescu, Olga, Tehnici discursive publicistice și publicitare, Ariadna, București, 2003.

Botezat, Elena; Dobrescu, Em.; Tomescu, Mirela, Dicționar de comunicare, negociere și mediere, Editura C. H. Beck, București, 2007.

Bougnoux, D., Introducere în științele comunicării, Polirom, Iași, 2000.

Bonnage, C.; Thomas, Ch., Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară, Editura Trei, Buc., 1999.

Boutaud, J.-J., Comunicare, semiotică și semne publicitare. Teorii, modele și aplicații, Tritonic, București, 2004.

Cathelat, B., Publicitate și societate, trad. rom., Editura Trei, București, 2005.

Chelcea, S., Psihosociologia publicității: despre reclamele vizuale, Polirom, Iași, 2012.

Chelcea, S.; Ivan, Loredana; Chelcea, Adina, Comunicarea nonverbală: gesturile și postura – cuvintele nu sunt de-ajuns, Comunicare.ro, București, 2005.

Coman, Cristina, Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Polirom, Iași, 2009.

Coman, Cristina, Relațiile publice. Principii și strategii, Polirom, Iași, 2001.

Curtin, Patricia, A.; Gaither, T., Kenn, Relații publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2008.

Corjan, I. C., Mass-media și publicitate, Editura Universității Suceava, 2004.

Dagenais, Bernard, Profesia de relaționist, Polirom, Iași, 2002.

Dagenais, Bernard, Campania de relații publice, Polirom, Iași, 2003.

David, George, Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media, Polirom, Iași, 2008.

Davis, Anthony, Tot ce ar trebui să știi despre PR, Editura Publica, București, 2008.

Dinu, M., Comunicarea – repere fundamentale, Editura Orizonturi, București, 2007.

Dâncu, V. S., Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar, Dacia, Cluj-Napoca, 1999.

Drăgan, I., Comunicarea – paradigme și teorii (vol. I-II), RAO, București, 2007.

Fiske, J., Introducere în științele comunicării, Polirom, Iași, 2003.

Gass, Robert; Scinter, John, Manual de persuasiune, Polirom, Iași, 2009.

Gregory, Anne (coord.), Planificarea și managementul campaniilor de relații publice, Polirom, Iași, 2009.

Gregory, Anne (coord.), Relațiile publice în practică, Editura ALL Beck, București, 2005.

Jouve, Michèle, Comunicarea. Publicitate și relații publice, trad. rom., Polirom, Iași, 2002.

Kapferer, Jean Noel, Căile persuasiunii, Editura INI, București, 1998.

Labarthète, Arnauld du Moulin de, Manipularea în relațiile publice, Editura Antet, București, 2001.

Larson, Charles U., Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Polirom, Iași, 2003.

Lohisse, J., Comunicarea – de la transmiterea mecanică la interacțiune, Polirom, Iași, 2002.

Marinescu, Valentina, Introducere în teoria comunicării: principii, modele, aplicații, Tritonic, București, 2003.

McQuail, D., Comunicarea, Institutul European, Iași, 1999.

Miege, B., Gîndirea comunicațională, Cartea Românească, București, 1998.

Mucchielli, Alex, Arta de a influența, Polirom, Iași, 2002.

Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean, Totul despre relațiile publice, Polirom, Iași, 2003.

Oliver, Sandra, Strategii de relații publice, Polirom, Iași, 2009.

Rogojinaru, Angela (coord.), Comunicare, relații publice și globalizare, Tritonic, București, 2007.

Șerb, Stancu et alii, Relația cu publicul, Cartea Românească, București, 1995.

Teodorescu, Gh.; Bejan, P., Relații publice și publicitate, Ed. Fundației AXIS, Iași, 2003.

Tran, V.; Stănciugelu, Irina, Teoria comunicării, Comunicare.ro, București, 2003.

Țăruș, Adriana, Peace PR.. Relațiile publice în procesele de menținere și obținere a păcii, Tritonic, București,

Vegheș Ruff, I.; Grigore, B., Relațiile publice și publicitatea online, Polirom, Iași, 2003.

Wilcox, Dennis; Cameron, Glen, T.; Ault, Phillip, H.; Agee, Warren, K.; Relații publice. Strategii și tactici, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009.

Zaiț, Adriana, Relații publice, ediția a II-a, revizuită, Editura Sedcom Libris, Iași, 2004.

Zanc, I., Informație și comunicare, Dacia, Cluj-Napoca, 2005.

Bibliografie minimală

Balaban, Delia-Cristina; Iancu, Ioana; Meza, Radu (coord.), PR, publicitate și new media, Tritonic, București, 2007.

Coman, Cristina, Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Polirom, Iași, 2009.

Coman, Cristina, Relațiile publice. Principii și strategii, Polirom, Iași, 2001.

Corjan, I. C., Mass-media și publicitate, Editura Universității Suceava, 2004.

Drăgan, I., Comunicarea – paradigme și teorii (vol. I-II), RAO, București, 2007.

Fiske, J., Introducere în științele comunicării, Polirom, Iași, 2003.


Wilcox, Dennis; Cameron, Glen, T.; Ault, Phillip, H.; Agee, Warren, K.; Relații publice. Strategii și tactici, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009.

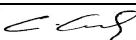
10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Stagiul de practică vizează desfășurarea 90 de ore de practică profesională (pe parcursul semestrului) sau 2 săptămâni (vara), în condițiile de lucru ale unei instituții care operează în domeniul mediatic, publicitar și al relațiilor publice și va fi ghidat de tutori de practică de la nivelul universității, conform planului de discuții tematic. Stagiul reprezintă o oportunitate pentru studenți de a dobândi experiența și portofoliul profesional necesare primei angajări.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	–		
Seminar	–		
Laborator	–		
Proiect	Numărul de ore de practică pe adeverința de practică; Caiet de practică; Portofoliu de producție;	– Evaluarea portofoliului; – Susținerea orală a componentelor din portofoliu.	75 % 25 %
Standard minim de performanță			
Standarde minime pentru nota 5: Studentul execută numărul de ore prevăzut în convenția de practică; caietul de practică este complet, conținând toate rubricile; realizarea corectă a lucrărilor specifice corespunzătoare profilului partenerului de practică; Standarde minime pentru nota 10: Studentul dovedește abilități necesare adaptării la mediul profesional; studentul dă dovadă de abilități de relaționare (comunicare, lucru în echipă); studentul este profund familiarizat cu circuitele funcționale ale instituției; manifestarea responsabilității față de propria persoană, prin însușirea bunelor practici; realizarea și prezentarea unui portofoliu profesional în relații publice, publicitate, media clasice și digitale.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
20.09.2019		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2019	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.09.2019	