

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	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Practica de specialitate				
Titularul activităților de proiect de practică	Conf. univ dr. Evelina Mezalina Graur				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DOB - obligatorie DOP - opțională, DFA - facultativă				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	7	Curs		Seminar		Laborator		Proiect	7
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	18
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	40
II d) Tutoriat	-
III Examinări	2
IV Alte activități:	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	90
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	90
Numărul de credite	3

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 7 transpune conceptele cerințelor de conținut CP 8 utilizează software pentru sistemele de gestionare de conținut
Competențe transversale	CT 1 respectă angajamente

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
Studentul/Absolventul: C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională;	Studentul/Absolventul: A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul	Studentul/Absolventul: R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional;

	<p>comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;</p> <p>A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare;</p> <p>A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale;</p> <p>A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;</p> <p>A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvagardarea informațiilor și datelor în contexte profesionale;</p> <p>A.7.5. Utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.</p>	<p>R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă;</p> <p>R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.</p> <p>R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand);</p> <p>R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.</p>
--	--	--

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

Obiectivul general al disciplinei	<p>OG 1. Aprofundarea unor genuri și formate comunicaționale monomodale și multimodale (afiș publicitar, adventorial, listicol, infografic, spot, reclamă digitală, reportaj digital, interviu online).</p> <p>OG 2. Exersarea abilităților de creare, editare și difuzare a unor conținuturi și mesaje în formate multimedia.</p>
Obiective specifice	<p>OS 1. Crearea de conținuturi pentru platforme online, site-uri de știri sau de servicii, bloguri și medii de socializare și adaptarea acestora multiplelor categorii de public.</p> <p>OS2. Înțelegerea work-flow-ului de producție multimedia.</p> <p>OS 3. Utilizarea cu încredere, creativitate și simț critic a tehnologiei informației și a comunicațiilor.</p> <p>OS3. Realizarea unui portofoliu de produse multimedia într-un context organizațional.</p>

7. Conținuturi

Proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Măsuri de protecția muncii. Prezentarea locurilor de desfășurare a practicii de specialitate și a tutorilor. Studierea regulamentelor interne. Clarificarea unor aspecte legate de etica și deontologia profesională.	4	discuție, problematizare, explicație,	
2. Prezentarea modului de evaluare și a criteriilor de evaluare în cadrul colocviului. Definitivarea repartizării studenților în instituțiile partenere de practică pe baza opțiunilor exprimate și colectarea convențiilor individuale de practică.	2	prezentare, discuție, explicație, clarificare	
3. Observarea și studierea fluxului de lucru în cadrul firmelor și instituțiilor de practică. Identificarea și eșalonarea unor sarcini de	9	discuție, explicație, clarificare	

lucru cu ajutorul tutorilor. Stabilirea temei individuale pentru proiectul de practică și a pașilor necesari întocmirii acestuia.			
4. Documentare și lucru la sediul de practică.	9	discuție, explicație, clarificare	
5. Documentare și lucru la sediul de practică.	9	discuție, explicație, clarificare	
6. Documentare și lucru la sediul de practică.	9	discuție, explicație, clarificare	
7. Raport preliminar (oral) privind activitatea desfășurată la sediul organizației. Prezentarea stadiului proiectului.	2	prezentare, problematizare, discuție	
8. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
9. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
10. Draft 1 proiect de practică: prezentare și feedback din partea tutorelui de practică.	2	prezentare, problematizare, discuție	
11. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
12. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
13. Draft 2 proiect de practică: prezentare și feedback din partea tutorelui și coordonatorului de practică	2	prezentare, problematizare, discuție	
14. Definitivarea proiectului de practică. Întocmirea, definitivarea și depunerea documentelor justificative pentru stagiul de practică.	6	prezentare, problematizare, discuție	
	90		

Bibliografie

- Adnum, Heidi & Mihiu, Nicoleta. (2013). *Ghidul fotografiei de produs: Sfaturi pentru artizani de la artizani, tehnici de succes pentru a-ți expune produsele de creație proprie*. Editura Casa.
- Allanwood, Gavin & Beare, Peter. (2019). *User Experience Design: A Practical Introduction* (Second edition). Bloomsbury Publishing Plc.
- Bader, Simona & Sîrb Corina. (2021). *Particularitățile presei online din România: dinamică și concepte*. București: Editura Tritonic.
- Balaban, Delia Cristina, Iancu, Ioana & Meza, Radu (coord.). (2009). *PR, publicitate și new media*. Editura Tritonic.
- Balaban, Delia Cristina. (2021). *Publicitatea: de la planificarea strategică la implementarea media*. Iași: Editura Polirom.
- Bonghez, Simona. (2017). *Din provocările unui manager de proiect. Faceți cunoștință cu Gogu!* București: Comunicare.ro
- Caldwell, Cath. (Consultant Ed.). (2019). *Graphic Design for Everyone. Understanding the Building Blocks So You Can Do It Yourself*. Dorling Kindersley Limited.
- Carrol, Brian. (2017). *Writing & Editing for Digital Media*. 3rd edition. New York and London: Routledge. (cota carte în biblioteca USV III25340)
- Chelcea Septimiu. (2021). *Psihosociologia publicității*. Editura Pro Universitaria.
- Constantinescu, Florin. (2021). *Bazele fotografiei*. Editura Universitaria.
- David, Liviu. (2019). *Pauza de publicitate. Cum să gândești reclame într-o lume care nu le iubește*. Editura Princeps.
- Duminiță, Delia. (coord.) (2020). *Audiovizualul: O Istorie recentă (1928-2020)*. Editura Tritonic.
- Dumitrescu, Florin (2019). *Publi-Cetatea și branduri de poveste*. Editura Integral.
- Dumitrescu, Florin. (2019). *Retorica sloganului. Manual de copywriting în limba română*. Editura Integral.
- Franklin, Bob et. al. (2005). *Key concepts in Journalism Studies*, Sage Publications, Londra
- Frier, Sara. (2020). *#Nofilter. Povestea Instagramului*. (Traducere de Dan Drumur). Editura Corint.
- Information Resources Management Association, USA. (2018). *Digital Multimedia: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Hershey PA, USA: IGI Global.
- Ionescu, Irina. (2018). *Management de proiect și elemente de marketing în artele spectacolului*. Editura Eikon.
- Mallender, Ariane. (2008). *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă*. Rezumatul. Derularea. Scenariul. (Traducere de Oana Drăgănescu). Iași: Polirom.
- Maslen, Andy. (2010). *The Copywriting Sourcebook. How to Write Better Copy, Faster: For Everything from Ads to Websites*. Marshall Cavendish Business.
- Negoită Cătălin. (2020). *Mediamorfoze V. Reflectare, (de)formare și fake-news în spațiul mediatic și cultural*. București: Editura Tritonic.
- Oprea, Bogdan. (2021). *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet*. Iași: Polirom. [Cota USV III 27651](#)
- Radu, Raluca-Nicoleta (2015). *Deontologia comunicării publice*, Polirom, Iași.

24. Rudinschi, Carolina. (2014). *Presa românească generalistă: de la print la online*. Editura Tritonic.
25. Ruvalcaba, Zak. 2022. *Murach'HTML and CSS*. Edtia a V-a. Fresno. [Cota USV III 27655](#)
26. Steward, Peter, Alexander, Ray. (2022). *Broadcast journalism*, Routledge, New York.
27. SZABO, Lucia Vasile. 2023. *Publicistică, publicitate, tehnologie*. Bucuresti, Tritonic. [Cota USV II 57540](#)
28. Wood, Kenny. (2018). *Confident Web Design: Master the Fundamentals of Website Creation and Supercharge Your Career*. Kogan Page.

Bibliografie minimală

1. Dumitrescu, Florin. (2019). *Retorica sloganului. Manual de copywriting în limba română*. Editura Integral.
2. Kelley, Larry D.. Bartel Sheehan, Kim. (2023.) *Advertising Management in Digital Environment*. Abingdon, Routledge, [Cota USV III 27672](#)
3. Koch, Richard. (2013). *Principiul 80/20 pentru dezvoltarea personală*. Editura Meteor Press.
4. Mallender, Ariane. (2008). *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă*. Rezumatul. Derularea. Scenariul. (Traducere de Oana Drăgănescu). Iași: Polirom.
5. Mureșan, Larisa. (2002). *Influencer marketing*, Tritonic, București
6. Oprea, Bogdan. (2021). *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet*. Iași: Polirom. [Cota USV III 27651](#)
7. Sîrghi-Covalciuc, Iulia-Simona. 2024. *Discursul radiofonic între normă-imaginar- simbol*. Presa Universitară Clujeană. [Cota USV III 28487](#)

Fișa disciplinei include, dacă este cazul, elemente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Proiect	1. Evaluarea conținutului Raportului de practică (Anexa 1) pe baza următoarelor criterii: <ol style="list-style-type: none"> a. prezentarea sintetică și coerentă a activităților desfășurate; b. integrarea informațiilor în structura impusă a raportului (Anexa 1); c. exprimare corectă; d. redactarea textului cu diacritice. 	Evaluare finală: probă orală prezentarea proiectului de practică și a rezultatelor obținute	50%
	2. Prezentarea adeverinței de practică emisă de instituția în care studentul a desfășurat stagiul. Aceasta trebuie să conțină: <ol style="list-style-type: none"> a. specificarea perioadei de practică și a numărului total de ore (90); b. enumerarea principalelor activități în care a fost implicat studentul; c. semnătura reprezentantului legal și ștampila. 3. Evaluarea activității studentului în stagiul de practică de către tutorele de practică din cadrul organizației de practică (Anexa 2) pe baza următoarelor criterii: <ol style="list-style-type: none"> a. crearea de conținuturi relevante, oneste, pe baza unei documentări din surse profesionale (C.4.2./ R.3.1. R.4.1. / A 5.2.) b. sintetizează beneficiile/ dezavantajele folosirii instrumentelor online folosite în realizarea proiectului (A.7.1) c. adaptează conținuturile create canalelor media și platformelor utilizate (R.4.3) d. comportament etic la locul de muncă; (A.5.1.) e. respectarea termenelor de predare a lucrărilor solicitate (A.5.2) f. asumarea de responsabilități și gradul de materializare a acestora (A.7.4/ R.7.5) g. colaborarea cu colegii și reprezentanții firmelor (A.7.2/ R.7.5) 	Evaluare pe parcurs: observația sistematică, verificarea raportului de practică, a conținutului portofoliului de practică	50%

	h. deschiderea spre feedback și spre acceptarea de observații (R.4.3).		
	4. Evaluarea portofoliului de practică . Acesta conține prezentarea proiectului de practică și portofoliul de materiale realizate (Anexa 3). Criteriile de evaluare sunt: <ul style="list-style-type: none"> a. Prezentarea structurată a proiectului în max. 5 pagini (tema și subiectul, obiective, strategii, metode și instrumente de lucru, rezultate, concluzii, bibliografie). (C.4.2./A.7.5) b. Exprimare clară, concisă și coerentă. c. Folosirea de scheme, diagrame și figuri însoțite de legende. (R.4.3) d. Raportul dintre timpul alocat realizării materialelor și calitatea/amploarea/impactul acestora.(A.7.5/ R.4.1.) 		

Data completării	Grad didactic, nume și prenume coordonator de practică USV
24 septembrie 2025	Conf univ dr. Evelina Mezalina GRAUR
Data avizării	Grad didactic, nume și prenume, semnătura responsabilului de program
25 septembrie 2025	Conf univ dr. Evelina Mezalina GRAUR

Data avizării în departament	Grad didactic, nume și prenume, directorului de departament
26 septembrie 2025	Prof. univ dr. Claudia COSTIN

Data aprobării în Consiliul Academic	Grad didactic, nume și prenume, semnătura decanului
27 septembrie 2025	Prof. univ dr. Daniela-Viorica PETROȘEL