

# FIȘA DISCIPLINEI 2021-2022

## 1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
1.3 Catedra	DE JURNALISM
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	PUBLICITATE

## 2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		DIGITAL WRITING					
2.2 Titularul activităților de curs		LECT. DR. ANCA ANTON					
2.3 Titularul activităților de seminar		LECT. DR. ANCA ANTON					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	S

## 3.Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					2
Examinări					10
Alte activități .....					-
3.7 Total ore studiu individual					47
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					75
3.10 Numărul de credite					3

## 4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing</li> <li>- Introducere în publicitate</li> <li>- Storytelling în publicitate</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competențe tehnice – utilizare calculator/laptop și smartphone</li> <li>- Competențe digitale – utilizare platforme social media, platforme de file sharing, navigare online, căutare și identificare resurse digitale</li> </ul>

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă/flipchart

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>- Înțelegerea structurii unui plan de relații publice</li><li>- Capacitatea de a realiza detaliat și coerent un plan de relații publice</li><li>- Realizarea unui brandbook, a unei mape de presă și a unui portofoliu de materiale de promovare</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</li><li>- Identificarea oportunităților și (auto)evaluarea nevoii de formare continuă, precum și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</li><li>- Rezolvarea unor situații profesionale uzuale într-un mod eficient și deontologic</li></ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea configurării și conținutului tipurilor de materiale publicitare ce pot fi realizate la nivel textual pentru platformele digitale și corelarea acestora cu alte tipuri de conținut (vizual, audio, video).
7.2 Obiectivele specifice	La finalul semestrului studenții vor putea să: <ul style="list-style-type: none"><li>- Realizeze o hartă mentală în vederea sistematizării și alegerii unei perspective pentru abordarea unui subiect</li><li>- Realizeze un calendar de social media pentru facebook și Instagram</li><li>- Realizeze o documentare pentru selecția hashtagurilor</li><li>- Conceapă un articol/material de tip native advertising</li><li>- Realizeze un script pentru un video destinat platformelor digitale</li><li>- Înțeleagă modalitatea de funcționare a platformelor de marketing digital</li></ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creativitate, deadlineuri și organizarea mentală a unui subiect în vederea selectării unghiului de abordare</li> <li>- Redactare texte pentru un anume profil de utilizator</li> <li>- Configurarea unui proiect online</li> <li>- Social media calendar – Facebook – configurare și redactare texte</li> <li>- Social media calendar – Instagram + hashtag research</li> <li>- Script pentru un video online</li> <li>- Copywriting pentru newsletter / E-mail marketing</li> <li>- Utilizarea unei platforme de marketing digital</li> </ul>	<p>Explicația                      Problematizarea                      Studiul de caz                      Conversația                      Simularea</p>	
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carroll, B., <i>Writing and Editing for Digital Media</i>, 3rd ed., Routledge, 2017</li> <li>- Handley, A., <i>Everybody writes - Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content</i>, Wiley, 2014</li> <li>- Lieb, R., <i>Content Marketing – Think Like a Publisher. How to Use Content to Market Online and in Social Media</i>, Que Publishing, 2012</li> </ul>		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creativitate, deadlineuri și organizarea mentală a unui subiect</li> <li>- Redactare texte pentru un anume profil de utilizator</li> <li>- Configurarea unui proiect online</li> <li>- Social media calendar – Facebook – configurare și redactare texte</li> <li>- Social media calendar – Instagram + hashtag research</li> <li>- Script pentru un video online</li> <li>- Copywriting pentru newsletter / E-mail marketing</li> <li>- Utilizarea unei platforme de marketing digital</li> </ul>	<p>Explicația                      Problematizarea                      Studiul de caz                      Conversația                      Simularea</p>	
<b>Webografie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.wikihow.com/Make-a-Mind-Map">http://www.wikihow.com/Make-a-Mind-Map</a></li> <li>- <a href="https://blog.hubspot.com/marketing/video-marketing">https://blog.hubspot.com/marketing/video-marketing</a></li> <li>- <a href="https://mailchimp.com/resources/mailchimp-101/">https://mailchimp.com/resources/mailchimp-101/</a></li> </ul>		

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

Cursul este organizat ca un atelier ce își propune să familiarizeze studenții cu activități specifice din agențiile de publicitate, explorând dimensiunea textuală a publicității corelată cu platformele digitale.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar/laborator	<p>Înțelegerea corectă a conceptelor</p> <p>Realizarea complexă, corectă și coerentă a materialelor</p> <p>Predarea integrală a materialelor</p>	<p>Realizarea unui portofoliu individual cu 4 teme pentru un brand local aflat în primii 3 ani de activitate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mind map subiecte posibile pentru conținutul digital – 10%</li> <li>- Newsletter – 25%</li> <li>- Social media calendar – 25%</li> <li>- Script și video pe baza respectivului script pentru platformele de social media ale brandului – 30%</li> </ul>	90% + 10% (1p) din oficiu
Orele se vor ține online, pe Google Meet (principal) și/sau Microsoft Teams (secundar), ca alternativă tehnică. Materialele vor fi			

Încărcate pe Google Drive (principal) și/sau Moodle (secundar).  
Comunicarea pe parcursul semestrului se va realiza prin intermediul unui grup privat Facebook, a cărui adresă va fi adusă la cunoștința studenților în timp util.  
Studenții care acumulează numărul minim de prezențe pentru intrarea în examen vor primi un bonus de 0,1 puncte / prezență la nota finală.

#### 10.6 Standard minim de performanță

Standardul minim de performanță urmărește acești itemi obligatoriu de îndeplinit:

- Utilizarea corectă a limbii române, scris și vorbit
- Redactarea cu diacritice
- Exprimare logică și fluentă
- Cunoașterea conceptelor de bază ale domeniului
- Înțelegerea principalelor teorii și concepte din scris

Obținerea unui punctaj care să reprezinte minimum 50% din nota maximă. Pentru absolvirea cursului, nota finală a studentului trebuie să fie cel puțin 5 (cinci), fără rotunjiri.

Acumularea a cel puțin 10 prezențe din cele 14 posibile.

Onestitatea academică.

Predarea tuturor temelor. Predarea parțială nu va fi evaluată.

Pentru examinările și reexaminările din anul universitar curent, în sesiunea de restanță se păstrează condițiile de bibliografie și examinare precizate de fișa disciplinei. Pentru reexaminările din anii următori, se aplică bibliografia și condițiile de examinare precizate în fișa disciplinei din anul în care se dă examenul.

Data completării

12.02.2022

Semnătura titularului de curs

Lect. dr. Anca Anton

Semnătura titularului de seminar

Lect. dr. Anca Anton

Data avizării în departament

22.02.2022

Semnătura șefului departament

Prof. dr. Raluca Radu