

FIȘA DISCIPLINEI

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	JURNALISM
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	3 ani
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Jurnalism Online						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Dr. Horea Mihai Bădău						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Dr. Horea Mihai Bădău						
2.4 Anul de studiu 2019-2020	III	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	ob

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

3.1 Număr de ore pe săptămână		4		2 curs + 2 seminar		4
3.4 Total ore din planul de învățământ	36	din care: 2 ore curs		2 ore seminar/laborator		
Distribuția fondului de timp						Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						10 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						14 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						20 ore
Tutoriat						2 ore
Examinări						2 ore
Alte activități						
3.7 Total ore studiu individual						48 ore
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)						90 de ore
3.10 Numărul de credite						5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, calculatoare, internet
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, calculatoare, internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Abilitati de producere si distribuire a continutului online
Competențe transversale	Competente de interactiune in rețelele sociale

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Studentii vor fi capabili să redacteze și să distribuie conținut de succes pe toate platformele online
7.2 Obiectivele specifice	Învățarea tehnicilor specifice online-ului de redactare si publicare a informațiilor

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>1. Documentarea, conținutul curatorial și agregatoarele de conținut</p> <p>1.1. Site-urile institutiilor, baze de date online</p> <p>1.2. Blogurile</p> <p>1.3. Site-urile agențiilor de știri</p> <p>1.4. Știrile pe scurt din presa online</p> <p>1.5. Site-urile televiziunilor de stiri (Realitatea.net, Antena3.ro, Rtv.net și a fostelor agregatoare de știri : ziare.com, wall-street.ro etc).</p> <p>1.6. Furtul materialelor de presă. Ce înseamnă ?</p> <p>1.7. Conținutul duplicat și politica Google</p> <p>2. Genuri publicistice informative online</p> <p>2.1. Știrea</p> <p>2.1.1. Elemente Audio (podcast)</p> <p>2.1.2. Infograficele</p> <p>2.1.3. Hărțile</p> <p>2.1.4. Video-urile</p> <p>2.2. Relatarea online</p> <p>2.3. Interviuul</p> <p>2.3.1. Interviuul prin email</p> <p>2.3.2. Interviuul pe Facebook</p> <p>2.3.3. Interviuul live pe site.</p> <p>2.4. Transmisia în direct</p> <p>2.4. Ancheta online</p>	Prelegere interactiva	

<p>3. . Genuri publicistice de opinie/ subiecte și domenii de succes în online</p> <p>3.1. Divertismentul</p> <p>3.2. Ghidul (How to)</p> <p>3.3. Editorialul</p> <p>3.4. Selfie-ul și videoselfie-ul de tip storytelling</p> <p>3.5. Valorile de succes ale informației pe Facebook</p> <p>3.5.1. Emoțiile</p> <p>3.2. Ficțiune și divertisment versus realitate</p> <p>4. Trecerea de la comunicarea de tip text, la comunicarea vizuală</p> <p>4.1. Fototextul și comunicarea de tip emoțional.</p> <p>4.1.2. Selfie</p> <p>4.1.3. Video-selfie-ul și vine-ul</p> <p>4.2. Platforme de video-sharring</p> <p>4.2.1. Snapchat</p> <p>4.2.2. Pinterest</p> <p>4.2.3. Bitstrips</p> <p>4.2.4. Tumblr</p> <p>4.2.5. Instagram</p> <p>4.1.4.1.3.7. 3D : Fyuse</p> <p>4.1.4.1.3.7. 1. Jurnalismul online 3D.</p> <p>5. Jurnalismul de marketing</p> <p>5.1. Roluri și tipologii ale titlurilor în online</p> <p>5.2. Titlurile postate pe alte site-uri, pentru a promova articolele de pe site-ul tău : Cross-urile.</p> <p>5.3. Cuvintele care fac buzz</p> <p>5.4.. Link Baiting</p> <p>5.5 Promovarea articolelor pe Facebook, Instagram și Twitter.</p> <p>5.6. Promovarea informației prin intermediul conturilor personale de Facebook.</p>		
---	--	--

5.7. Gestionarea pagini de Facebook a publicației		
5.7.1. Generarea share-urilor		
6. Community Management. Formarea comunităților . Relația, mai importantă decât informația.		
6.1. Pagina de Facebook		
6.1.1. Ritualuri zilnice online.		
6.2. Grupurile de Facebook. Jurnalistul si rolul sau demiurgic versus transformarea credinței in rețelele sociale.		
6.2.1. Crearea unui grup pe Facebook sub forma unui ziar online		
6.3. Formarea de comunități pe site		
6.4. Formarea comunităților pe Instagram		
6.5. Crearea comunităților pe Twitter		
6.6. Cum să fii un bun prieten pe Facebook		
6.7.. Personal branding. Contează mai mult cine spune, decât ce se spune.		
6.7.1.. Rolul selfie-ului în personal branding		
6.7.2. Personal branding pe Instagram		
6.7.3.. Personal branding în grupul de Facebook		
6.7.4.. O rețea socială specială pentru personal branding : About me		
6.7.5 Personal branding pe LinkedIn		
6.7.6. Construirea brandului pentru site		
7. Strategia de SEO, Etica în jurnalismul online, Jurnalismul independent, Web 3.0		
7.1 SEO		
7.2. Etica in jurnalismul online		
7.2.1. Moderarea comentariilor.		
7.3. Jurnalismul independent		
7.4.Web 3.0		
7.4.1. Web 3.0 pe Google		
7.4.2. Web 3.0 pe Facebook, LinkedIn, Pinterest, Youtube		

7.4.3. Asistentul virtual		
7.4.4. De ce se numește Web 3.0, Web-ul semantic ?		
7.4.5. Instrumentele de bază în Web 3.0		
7.4.5.1 Smartphone-ul		
7.4.5.2. Smartwatch-ul		
7.4.5.3. Internetul Lucrurilor		
7.4.5.4. Influența Web 3.0 în jurnalism. Jurnalistul Web 3.0		
7.4.6. Urmează Web 4.0. Ce este ?		

Bibliografie offline

- Antheaume A., 2013, *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences po.
- Ahmad A. N., 2010, *Is Twitter a Useful Tool for Journalists ?*, Journal of Media Practice, 11(2), p. 145-155.
- Alper M., 2014, *War on Instagram : Framing conflict photojournalism with mobile photography apps*, New Media & Society, 16 (1).
- Bastin G., 2012, *LinkedIn Journalism. Convergence and divergence in newsmen's career patterns*, Communication for European Communication Research and Education Association, Istanbul. Link: http://www.academia.edu/2087854/Linked_in_Journalism._Convergence_and_Divergence
- Bădău, Horea Mihai, 2015, *Manual de Jurnalism Online*, Editura Tritonic, București
- Bădău, Horea Mihai, 2015, *Le passage de l'alphabet écrit a l'alphabet oral sur les reseaux sociaux*, în vol. Vers une culture Mediativ? Medias, journalisme et espace publique a l'epreuve de la numerisation, Editions l'Harmattan, Paris
- Bădău, Horea Mihai, 2015, *Communication politique et réseaux sociaux: les élections présidentielles 2014 en Roumanie sous la loupe de Twitter et de Facebook*, numărul 2 al revistei Communication, Technologies et Développement, Université Bordeaux-Montaigne și UNESCO
- Bădău, Horea Mihai, 2011, *Tehnici de comunicare în Social Media*, Editura Polirom, Iași
- Bradshaw, Paul, Rohumaa, Liisa, 2013, *The Online Journalism Handbook: Skills to survive and thrive in the digital age*, Ed. Routledge, New York
- Cornu, Daniel, 2013, *Tous connectés ! : Internet et les nouvelles frontières de l'info*, Ed. Labor et fides, Geneva
- Estienne Y., 2007, *Le journalisme après Internet*, Paris, L'Harmattan
- Holmes, Tim, Hadwin, Sara, Mottershead, Glyn, 2011, *The 21st Century Journalism Handbook*, Ed. Routledge, New York
- Peters C., Broersma M., (eds.), 2013, *Rethinking journalism : trust and participation in a transformed news landscape*, New York, Routledge.
- Ruellan D., 1993, *Le professionnalisme du flou*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Scherer E., 2012, *A-t-on encore besoin des journalistes ? : manifeste pour un journalisme augmenté*, Paris, PUF.
- Smith, Stuart, 2011, *Going Solo: Doing Videojournalism in the 21st Century*, Ed. University of Missouri Press, Columbia
- Tewksbury D., Rittenberg J., 2012, *News on the internet. Information and citizenship in the 21st Century*, New York, Oxford

University Press.

Waed, Mike, 2013, *Journalism online*, Ed. Taylor & Francis Group, Burlington

Westlund O., 2013, *Mobile news : A review and model of journalism in an age of mobile media*, *Digital Journalism*, 1 (1), p. 6-26.

Bibliografie online:

<http://www.miseajournalisme.com/>

<http://www.newsresources.org/>

<http://www.mediacademie.org/>

<http://meta-media.fr/>

<http://obsweb.net/>

<http://mediatype.be/>

<http://www.jeanabbiateci.fr/>

<http://www.journalismes.info/>

<http://atelier.rfi.fr/>

<http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/>

<http://www.davanac.me/>

<http://www.erwangaucher.com/>

<http://www.observatoiredesmedias.com/>

<http://benoitraphael.com/>

<http://www.themediatrend.com/>

<http://www.ouestmedialab.fr/>

<http://askmedia.fr/blog/>

<http://www.scoop.it/u/david-sallinen>

<http://www.scoop.it/u/beatrice-dillies>

<http://www.scoop.it/t/les-outils-du-journalisme>

<http://www.scoop.it/u/philippe-gammaire>

<http://www.scoop.it/t/journalisme-graphique>

<http://www.scoop.it/t/tutoriels-pour-journalistes-web>

<http://www.scoop.it/t/medias-sociaux-by-michel-dumais>

<http://www.scoop.it/t/tl-outils-web>

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Tehnici de culegere a informațiilor online	Exerciții practice	

2. Tehnici de redactare a conținutului curatorial		
<p>3. Tehnici de redactare a știrii în Web 1.0 și în Web 2.0. În 2 D și în 3 D</p> <p>4. Tehnici de redactare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - relatarea (storytelling) - transmisia în direct (live-ul) - interviul (email, live pe site, live pe Facebook, live pe Twitter) - ancheta <p>5. Tehnici de redactare în genurile publicistice de opinie online</p> <ul style="list-style-type: none"> - editorialul - ghidul (how to) - jurnalul personal - selfie-ul și videosefie-ul de tip storytelling 	Exerciții practice	
6. Valorile de succes ale informației pe Facebook	Analiză a platformelor online	
7. Tehnici de redactarea a titlului. Cross-urile	Exerciții practice	
<p>8. Jurnalismul de marketing</p> <p>8.1. Cuvintele care fac buzz</p>	Exerciții practice	

8.2. Link Baiting		
9. Promovarea articolelor pe Facebook, Instagram și Twitter.	Exerciții practice	
10. Community Management. Tehnici de construcție și gestionare a comunităților pe site, Facebook, Twitter, Instagram	Proiect aplicativ/Studiu de caz	
11. Tehnici de interacțiune pentru construirea brandului personal pe Facebook, Instagram, About.me, LinkedIn	Proiect aplicativ	
12. Tehnici de SEO în scriitura online	Exerciții practice	
13. Etica în jurnalismul online 13.1. Moderarea comentariilor. 13.2. Jurnalismul independent	Studiu de caz	
14. Web 3.0 pe Google, Facebook, LinkedIn, Youtube	Exercitiu practic pe componentele din Web 3.0 ale platformelor online	

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

La seminarii vor fi invitați jurnaliști reprezentativi din online pentru a participa la proiectele practice

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Aproprierea conceptelor teoretice necesare pentru proiectele aplicative	Examen scris	50%
10.5 Seminar/laborator	Modul de aplicare al tehnicilor și instrumentelor de lucru învățate la seminar pe platformele Wordpress, Facebook, Instagram și Twitter. Studenții vor pune în aplicare	Proiect practic	50%

	tehnicile învățate la curs, practic, prin dezvoltarea unor proiecte jurnalistice individuale și colective pe platformele mai sus-amintite.		
La restanta si reexaminare se pastreaza modalitatea de evaluare: 50% examen – 50% lucrare			
10.6 Standard minim de performanță Însușirea tehnicilor și instrumentelor de lucru în jurnalismul online			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura șefului departament

.....

.....