

# 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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Producție de presă scrisă						
2.2 Titularul activităților de curs	asist. univ. drd Bogdan Oprea						
2.3 Titularul activităților de seminar	conf. univ. dr Romina Surugiu; asist. univ. drd Bogdan Oprea						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	examen scris	2.7 Regimul disciplinei	obligatoriu

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	40	din care: 3.5 curs	20	3.6 seminar/laborator	20
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					0
Examinări					2
Alte activități .....					0
3.7 Total ore studiu individual					60
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					100
3.10 Numărul de credite					4

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- nu este cazul;
4.2 de competențe	- cunoșterea actualității politice, economice și sociale românești și internaționale; - cunoștințe de DTP - desktop publishing & infografie;

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- existența, în sala de curs, a unui calculator dotat cu softuri de editare de text și prezentare, a unui videoproiector și a unei conexiuni la internet;
-------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nu sunt tolerate convorbirile telefonice în timpul cursului și nici părăsirea sălii până la terminarea cursului deoarece acestea afectează buna desfășurare a procesului educațional;</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>- existența, în sala de seminar, a cel puțin trei calculatoare dotate cu softuri de editare de text și foto și de tehnoredactare și a unei conexiuni la internet;</li> <li>- nu sunt tolerate convorbirile telefonice în timpul seminarului și nici părăsirea sălii până la terminarea seminarului deoarece acestea afectează buna desfășurare a procesului educațional;</li> <li>- termenul de predare a proiectului de seminar (produs de presă scrisă) este stabilit de profesorul titular de seminar de comun acord cu studenții; nu se vor accepta cererile de amânare a acestuia pe motive altfel decât obiectiv întemeiate, iar orice amânare se stabilește, de asemenea, de comun acord între profesorul titular de seminar și studenți;</li> </ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- să dobândească abilități și cunoștințe specifice domeniului științelor comunicării;</li> <li>- să înțeleagă structurile editoriale, de business, antreprenoriale, de management, marketing, publicitate, distribuție și economie mass-media pe care se sprijină un produs de presă scrisă;</li> <li>- să dezvolte deprinderi de gestionare a resurselor (financiare, materiale, umane, de timp etc.), de analiză, prioritizare etc. necesare realizării unui produs de presă scrisă cu apariție periodică;</li> <li>- să dezvolte deprinderi de lucru într-o echipă multidisciplinară (editorial, marketing, vânzări de publicitate, distribuție, financiar, administrativ) și competențe interpersonale necesare lucrului într-un mediu profesional specific unei instituții media de presă scrisă;</li> <li>- să demonstreze competențe de lucru digitale;</li> <li>- să identifice și să aleagă metodele optime de soluționare a problemelor etice impuse de lansarea și, apoi, administrarea unui produs de presă scrisă care să probeze dobândirea unor înalte standarde deontologice și de responsabilitate socială a jurnalistului;</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- să demonstreze capacitatea de a utiliza cunoștințele și abilitățile personale dobândite în situații de lucru specifice presei scrise;</li> <li>- să dovedească faptul că a dobândit capacitatea de a stabili și îndeplini rolurile și responsabilitățile într-o echipă de lucru complexă;</li> <li>- să demonstreze capacitatea de a îmbina abilitățile creative cu resorturile pragmatice ale realității absolut necesare unui demers antreprenorial de succes;</li> <li>- să probeze preocuparea pentru utilizarea eficientă a surselor de formare și dezvoltare profesională;</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- dobândirea de cunoștințe și abilități necesare pentru a identifica idei
---------------------------------------	---

	și resurse cu scopul de a dezvolta un produs de presă scrisă (cotidian, ziar, revistă etc.);
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- studenții vor avea capacitatea de a înțelege modul în care funcționează o redacție de presă scrisă și o instituție media de presă scrisă;</li> <li>- studenții vor deprinde cunoștințele necesare înființării și administrării unei entități economice care editează un produs de presă scrisă;</li> <li>- studenții vor deprinde cunoștințele necesare lansării și administrării curente, din punct de vedere editorial, ale unui produs de presă scrisă;</li> <li>- studenții vor iniția un proiect editorial de presă scrisă și vor realiza un produs de la faza de idee la cea de produs finit parcurgând toate etapele specifice activității editoriale și, eventual, de vânzare de publicitate ale unei redacții de presă scrisă;</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Presa scrisă și profitabilitatea în epoca digitală - rețete de succes. Presa de nișă (I)	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
2. Caracteristicile presei scrise. Modelele de presă generalistă și specializată. Modelele de presă de calitate, bulevardieră și tabloidă. Noi modele de presă: mook, media iterativă etc. Presa de nișă (II)	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
3. Structura unei entități economice care editează publicații tipărite (SRL, SA, regii, SRLD, PFA, asociație, fundație). Structura unei redacții	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
4. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul de marketing, planul editorial, planul de business - considerații generale	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
5. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul de marketing - concepte generale, mixul de marketing, strategia de marketing, cercetarea de piață, structură, etape; analiza SWOT	prelegere, interacțiune cu studenții și exercițiu	2 ore
6. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul editorial - concept editorial, structură	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
7. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul de business - concepte de bază economice și financiare ale unei entități economice care editează un produs de presă scrisă (venit, costuri directe și indirecte, profit brut și net, capital, investiție, break-even point, ciclul de analiză financiară, marje de profit)	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
8. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul de business - estimarea investiției inițiale (diferitele categorii de costuri specifice, noțiuni generale despre nomenclatorul Clasificării Asociațiilor din Economia Națională - CAEN, despre Oficiul Național al Registrului Comerțului - ONRC, despre Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci - OSIM, despre International Standard Serial Number - ISSN)	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
9. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul de business - estimarea investiției recurente periodice (diferitele categorii de costuri specifice, noțiuni generale despre Biroul Român de Audit Transmedia - BRAT, despre taxe și impozite)	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore
10. Procesul de lansare a unui produs de presă scrisă: planul de business - estimarea veniturilor recurente periodice, estimarea de calcul de profitabilitate. Surse și resurse documentare: prezentarea, cu suport online, a Asociației Europene a Muzeelor Tipografice, a câtorva muzee importante din țările europene și nu numai și a singurului muzeu	prelegere și interacțiune cu studenții	2 ore

românesc afiliat		
<p><b>Bibliografie obligatorie</b>  Agnès, Yves, 2011, <i>Introducere în jurnalism</i>, Iași, Polirom, pp. 15 - 365, pp. 383 - 412  Brielmaier, Peter, Wolf, Eberhard, 1999, <i>Ghid de tehoredactare. Punerea în pagină a ziarelor și revistelor</i>, Iași, Polirom  Coman, Mihai (coord.), 2009, <i>Manual de jurnalism</i>, ediția a III-a revăzută și adăugită, Iași, Polirom  Dabner, David, 2005, <i>Design grafic. Principiile și practica designului grafic</i>, București, Enciclopedia RAO  Marinescu, Paul (coord.), 1999, <i>Managementul instituțiilor de presă din România</i>, Iași, Polirom  Keeble, Richard (coord.), 2009, <i>Presa scrisă. O introducere critică</i>, Iași Polirom, pp. 12 - 253, 299 - 349  Preda, Sorin, 2006, <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>, Iași, Polirom  Radu, Raluca-Nicoleta, Preoteasa, Manuela, 2012, <i>Economia mass-media</i>, Iași, Poliron  Randall, David, 2007, <i>Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă</i>, Iași, Polirom  Roșca, Luminița, Surugiu, Romina (coord.), 2007, <i>Producția unei reviste. Strategii editoriale în presa specializată</i>, București, Editura Universității din București  Shaw, Mark, 2009, <i>Copywriting. Successful writing for design, advertising and marketing</i>, London, Laurence King Publishing Ltd  Zappaterra, Yolanda, 2007, <i>Editorial design</i>, London, Laurence King Publishing Ltd</p> <p><b>Bibliografie facultativă</b>  Harcup, Tony, 2016, <i>Jurnalism. Principii și practici</i>, București, Comunicare.ro  Lauterer, Jock, 2010, <i>Ziarul local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități</i>, Iași, Polirom  Lijklema, Hans, 2008, <i>CopywritingFree Font Index 1</i>, Amsterdam, The Pepin Press  Moser, Horst, 2007, <i>The Art Directors' Handbook of Professional Magazine Design</i>, London, Thames &amp; Hudson Ltd  Șerbănescu, Andra, 2007, <i>Cum se scrie un text</i>, Iași, Polirom  Taylor, Steve, 2006, <i>100 years of magazine covers</i>, London, Black Dog Publishing Limited</p>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
Prezentarea organizării unei redacții de presă scrisă și stabilirea grupelor de lucru (structura redacției) și a sarcinilor de lucru și alegerea tipului de produs și a conceptului editorial	dezbateri	2 ore
Realizarea proiectului editorial	activitate practică	16 ore
Evaluarea proiectului editorial	activitate de evaluare	2 ore
<p><b>Bibliografie obligatorie</b>  Agnès, Yves, 2011, <i>Introducere în jurnalism</i>, Iași, Polirom, pp. 15 - 365, pp. 383 - 412  Brielmaier, Peter, Wolf, Eberhard, 1999, <i>Ghid de tehoredactare. Punerea în pagină a ziarelor și revistelor</i>, Iași, Polirom  Coman, Mihai (coord.), 2009, <i>Manual de jurnalism</i>, ediția a III-a revăzută și adăugită, Iași, Polirom  Dabner, David, 2005, <i>Design grafic. Principiile și practica designului grafic</i>, București, Enciclopedia RAO  Marinescu, Paul (coord.), 1999, <i>Managementul instituțiilor de presă din România</i>, Iași, Polirom  Keeble, Richard (coord.), 2009, <i>Presa scrisă. O introducere critică</i>, Iași Polirom, pp. 12 - 253, 299 - 349  Preda, Sorin, 2006, <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>, Iași, Polirom  Radu, Raluca-Nicoleta, Preoteasa, Manuela, 2012, <i>Economia mass-media</i>, Iași, Poliron  Randall, David, 2007, <i>Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă</i>, Iași, Polirom  Roșca, Luminița, Surugiu, Romina (coord.), 2007, <i>Producția unei reviste. Strategii editoriale în presa specializată</i>, București, Editura Universității din București  Shaw, Mark, 2009, <i>Copywriting. Successful writing for design, advertising and marketing</i>, London, Laurence King Publishing Ltd  Zappaterra, Yolanda, 2007, <i>Editorial design</i>, London, Laurence King Publishing Ltd</p> <p><b>Bibliografie facultativă</b>  Harcup, Tony, 2016, <i>Jurnalism. Principii și practici</i>, București, Comunicare.ro  Lauterer, Jock, 2010, <i>Ziarul local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități</i>, Iași, Polirom</p>		

Lijklema, Hans, 2008, *CopywritingFree Font Index 1*, Amsterdam, The Pepin Press  
 Moser, Horst, 2007, *The Art Directors' Handbook of Professional Magazine Design*, London, Thames & Hudson Ltd  
 Șerbănescu, Andra, 2007, *Cum se scrie un text*, Iași, Polirom  
 Taylor, Steve, 2006, *100 years of magazine covers*, London, Black Dog Publishing Limited

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

Transmiterea către studenți a cunoștințelor cu privire la mecanismelor de funcționare a unei instituții media de presă scrisă, atât a entității economice care o editează, cât și a redacției, precum și a cunoștințelor despre ce înseamnă lansarea unei publicații tipărite, de la idee la produsul final.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	cunoștințele teoretice legate de producția de presă scrisă	examen scris	50%
10.5 Seminar/laborator	realizarea produsului de presă scrisă	prezentarea produsului de presă scrisă	50%

### 10.6 Standard minim de performanță

Nota minimă de promovare este 5. Pentru admiterea la examenul de curs nota minimă la seminar trebuie să fie 5. Media aritmetică a notelor se face, acolo unde este cazul, cu notele nerotunjite. Se rotundește, în favoarea studentului, doar media aritmetică a notelor de la prezentarea produsului de presă scrisă și de la examenul scris. Dat fiind că standarul minim de performanță este 5, nu se rotunjesc notele situate între 4,50 și 4,99.

La terminarea cursului și a seminarului, studenții trebuie:

- să înțeleagă modul în care funcționează o redacție de presa scrisă;
- să înțeleagă modul în care funcționează o entitate economică ce editează un produs de presă scrisă;
- să înțeleagă procesele de lansare și realizare ale unui produs editorial tipărit și etapele acestora;
- să fi dobândit cunoștințele și abilitățile necesare pentru lansarea unui produs de presă scrisă.

Data completării  
 ...28 septembrie 2020...

Semnătura titularului de curs  
 .....Bogdan Oprea.....

Semnătura titularului de seminar  
 .....

Data avizării în departament  
 .....

Semnătura șefului departament  
 .....