

## FEUILLE DE COURS

### Données sur le programme

1.1 L'institution d'enseignement supérieur	Université de Bucarest
1.2 Faculté / Département	Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication / Département d'Anthropologie culturelle et Communication
1.3 Chair	
1.4 Domaine d'études	Les Sciences de la Communication
1.5 Niveau d'études	Maîtrise
1.6 Programme d'études / La qualification	<b>Masteratul Medias, Dezvoltare, Societate)</b> Mass-media, dezvoltare, Societate

### 2. Données sur le programme

2.1 Le nom de la discipline		Conceperea și realizarea unui proiect de cercetare în domeniul media/publicității sau a unei campanii de comunicare / Conception et réalisation d'un projet de recherche dans le domaine des médias/publicité ou d'une campagne de communication					
2.2 Titulaire du cours		Silvia Branea					
2.3 Titulaire du séminaire		Silvia Branea					
2.4 L'année d'études	II	2.5 Semestre	I	2.6 Type d'évaluation	E	2.7 Statut du cours	Obligatoire

### 3. La durée totale estimée (heures par semestre des activités d'enseignement)

3.1 Nombre d'heures par semaine	3	Dans lequel : 3.2	2	3.3 séminaire / laboratoire	1
3.4 Nombre total d'heures prévues dans le programme	42	Dans lequel : 3.5	28	3.6 séminaire / laboratoire	14
La gestion du temps:					<b>Heures</b>
Étude après manuel, matériel de cours, bibliographie et notes					20
Documentation additionnelle dans la bibliothèque, sur les plates-formes électroniques de spécialité / sur le terrain					20
La préparation de séminaires / laboratoires, des devoirs, des essais, des portefeuilles et des essais					20
Tutorial					17

Examens	3
Autres activités	10
3,7 Total heures d'étude individuelle	<b>90</b>
3,8 Total heures par semestre	<b>120</b>
3,9 Nombre de crédits	<b>7</b>

**4. Le pré -requis pour accéder au cours (on mentionne les sujets qui doivent être étudiés en préalable)**

4.1 de curriculum	Methodes de recherche dans les sciences de la communication (an II, semestre I) și Globalization et communication (an II, semestre I)
4.2 de compétences	La connaissance de la langue française

**5. Les pré -requis pour accéder au cours (le cas échéant)**

5.1 Pour l'enseignement du cours	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salle avec une capacité d'au moins 20 personnes</li> <li>• Vidéo projecteur, ordinateur portable, connexion internet</li> </ul>
5.2 Pour l'enseignement du séminaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salle avec une capacité d'au moins 20 personnes</li> <li>• Vidéo projecteur, ordinateur portable, connexion internet</li> </ul>

**6. Compétences spécifiques accumulées**

<b>Compétences professionnelles</b>	<p><b>Connaissance et compréhension des méthodes de recherche en sciences de la communication (niveau avancée) et des concepts de base sur les campagnes de communication dans les médias et dans la publicité.</b></p> <p><b>Explication et interprétation des principales étapes de l'élaboration d'un projet de recherche et la conception d'une stratégie de campagne médiatique ou de la publicité.</b></p> <p><b>Instrumentales applicatives: la réalisation d'études de cas caractérisées par un haute validité scientifique et la réalisation de campagnes de communication avec un haut degré d'applicabilité.</b></p> <p><b>Attitude: respect de l'éthique de la recherche et de la deontologie de la publicité / relations publiques.</b></p>
-------------------------------------	--

<b>Compétences transversales</b>	<p><b>Instrumentales (Capacité d'analyse et de synthèse ; Communication orale et écrite en français; Capacité à développer des projets de recherche dans le domaine)</b></p> <p><b>Systémique (Créativité; Esprit d'observation; Capacité à travailler en équipe)</b></p>	•
----------------------------------	---	---

### 7. Les objectifs de la discipline (on vise la grille des compétences spécifiques accumulées)

7.1 L'objectif général de la discipline	Développer des compétences dans la recherche en sciences de la communication et des capacités de conception et réalisation d'une campagne de communication.
7.2 Les objectifs spécifiques	<p>a. L'approfondissement des compétences scientifiques d'analyse des processus et des stratégies de développement des médias classiques / nouveaux médias et de la publicité.</p> <p>b. Développer les compétences de concevoir et mettre en œuvre d'une campagne de communication axée sur les deux processus contemporaines importantes : la numérisation et la mondialisation (Kotler, Ph.: 2003, "Sur le marketing" , Curier Marketing, Bucarest, p 14).</p>

### 8. Le contenu de la discipline

8.1 Cours	Méthodes d'enseignement	Observations
1. Caractéristiques novatrices dans la méthode d'étude de cas ( <i>recherche action</i> )	Interactives, centrées sur l'étudiant.	On utilisera des présentations PowerPoint et des ressources en ligne.
2. La préparation d'un projet de recherche sur les questions ethniques dans les médias sociaux		
3. Stratégies de recherche des processus spécifiques aux agences d'annonceurs francophones.		
4. Planification d'une étude de cas sur les médias francophones (FP, RFI, TV5)		
5. Recherche des publics des médias / des		

campagnes publicitaires		
6. Les principaux types de campagnes de communication		
7. Les méthodes actuelles de construire des campagnes de communication en ligne		
8. L'exécution des campagnes de publicité sur Facebook		
9. Promotion culturelle à travers les blogs		
10. Promouvoir le développement durable		

**Bibliographie minimale:**

**Bonneville, L., Grosjean, S., Lagacé, M.** (eds.): 2007, "Introduction aux méthodes de recherche en communication", Gaëtan Morin Éditeur, Boucherville Québec ;

**Curtin, P. A., Gaither, T. K.:** 2008, "Relații publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii", Curtea Veche, București;

**Diomandé, A. R. :** 2014, "Un sens à nos marques. Le marketing causal", L'Harmattan, Paris ;

**Horvath, G., Bako, R. K., Biro-Kaszas, E.** (eds.): 2014, "Ten years of Facebook. Proceedings of the Third International Conference on Argumentation and Rhetoric", Partium Press / Debrecen University Press;

**Kotler, Ph.:** 2003, "Despre marketing", Curier Marketing, București;

Yin, R. K.: 2005, "Studiul de caz. Designul, colectarea și analiza datelor", Polirom, Iași;

\*\*\*

Élaboration d'une campagne de communication - <http://www.wsp.org/sites/wsp.org/files/publications/WSP-French-SM-Toolkit-Communication.pdf>; consultée le 15 Août 2015 ;

8.2 Séminaire / Laboratoire	Méthodes d'enseignement	Observations
1. Exercices méthodologiques dans la recherche de la communication interethnique (2 séminaires)	Interactives / centrées sur l'étudiant (travail de groupe, projets).	Les étudiants seront encouragés à étudier et à acquérir l'indépendance individuelle dans le processus de la recherche et d'analyse.
2. Exercices méthodologiques dans l'analyse des organisations de médias et des agences de publicité francophones (2 séminaires)		
3. Applications méthodologiques actuelles sur les publics des médias (2 séminaires)		
4. Approfondissement des outils de promotion en ligne (2 séminaires)		

95 Promouvoir les localités avec potentiel culturelle à travers les blogs (2 séminaires)		
6. Promouvoir les communautés artistiques urbaines (2 séminaires)		
7. Faire modèles pour promouvoir les activités de développement durable (2 séminaires)		

**9. La corroboration du contenu de la discipline avec les attentes des représentants des communautés épistémiques, des associations professionnelles et des employeurs représentatives pour le programme.**

- La formation des compétences qui permettent aux étudiants d'accéder aux qualifications suivantes: enseignant, assistant de recherche en philologie ou en sciences sociales, référent culturel, journaliste.
- Le développement des compétences de travail en équipe dans la réalisation d'un discours pour les médias projet de recherche

**10. L' évaluation**

Le type d'activité activ	10.1 Critères d'évaluation	10.2 Methodes d'évaluation	10.3 Pourcentage dans la note finale
10.4 Cours	Compréhension et connaissance des questions étudiées.	Vérification	50 %
	La capacité de concevoir des projets de recherche et des campagnes de communication.		
10.5 Séminaire / laboratoire	La pensée critique, l'originalité, la qualité de la recherche.	La présentation d'un projet	25 %
	La lecture des textes obligatoires de la bibliographie et la participation aux exercices méthodologiques .	Activité	25 %
10.6 Norme de performance minimale			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La présentation orale d'un thème du cours (choisi par l'étudiant).</li> <li>• Comprendre et appliquer correctement les concepts de base / méthodes /d'analyse abordés dans le cours.</li> </ul>			

La date de la rédaction

27 septembre 2019

La signature du titulaire du cours

La signature du titulaire du

séminaire

La date de l'avis dans le  
département

La signature du Chef du  
département