

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	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	MANAGEMENTUL INSTITUȚIILOR MEDIA

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PROIECTE APLICATIVE ÎN DOMENIUL MASTERATULUI						
2.2 Titularul activităților de curs	CONF. UNIV. DR. ROMINA SURUGIU						
2.3 Titularul activităților de seminar	CONF. UNIV. DR. ROMINA SURUGIU						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	VERIFICARE	2.7 Regimul disciplinei	OBLIGATORIE

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	30	din care: 3.5 curs	10	3.6 seminar/laborator	20
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					73
Tutoriat					4
Examinări					3
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					140
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					175
3.10 Numărul de credite					7

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Un videoproiector pentru prezentări.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Computere (stații de lucru) pentru seminar.

6.Competențe specifice acumulate

<p>Competențe profesionale</p>	<p>C1. Identificarea si utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării Cunoștințe Cunoașterea și înțelegerea terminologiei specifice managementului instituțiilor media. Înțelegerea contextului specific în care își desfășoară munca managerii media. Explicarea și interpretarea modului în care se practică jurnalismul în România (principii teoretice vs. practici profesionale). Abilități Capacitatea de a folosi cunoștințele dobândite în realizarea unui proiect de aplicativ pe o temă legată de managementul instituțiilor media (în vederea susținerii disertației de master).</p> <p>C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) Cunoștințe Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în realizarea unui produs complex din domeniul mass-media. Abilități Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea produselor media.</p> <p>C3. Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare Cunoștințe Identificarea particularităților publicului mass-media, pe două coordonate: segmentare și nișare. Abilități Construirea unui produs jurnalistic în funcție de particularitățile publicului vizat.</p> <p>C4. Managementul informației de presă Cunoștințe Identificarea și explicarea modului în care informația de presă este folosită și transformată în cadrul realizării produselor media. Abilități Aplicarea cunoștințelor teoretice în realizarea unui produs complex de profil.</p> <p>C5. Identificarea si utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului Cunoștințe Cultivarea unei atitudini critice cu privire la modul în care se practică jurnalismul în România, în acest moment. Cultivarea respectului pentru jurnalismul de calitate, care respectă standardele profesionale și etice. Abilități Analizarea unor cazuri în care s-au încălcat normele profesionale.</p> <p>C6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media Cunoștințe Aplicarea conceptelor de bază din cadrul producției media în realizarea unui produs complex, conform normelor profesionale din domeniu. Abilități Capacitatea de a realiza planifica, documenta și realiza un produs jurnalistic complex, în care se împletesc cunoștințe și abilități practice dobândite și la alte cursuri din planul de învățământ al masteratului. Capacitatea de a motiva alegerea unei teme de lucru și de a explica etapele urmărite în realizarea ei. Capacitatea de a aplica cunoștințele dobândite și în realizarea altor tipuri de lucrări, cum ar fi disertația (tip proiect aplicativ). Analizarea unor proiecte aplicative realizate de terți.</p>
<p>Competențe transversale</p>	<p>Rezolvarea pe baza cunoștințelor și abilităților dobândite la curs și seminar a unei situații profesionale uzuale, prin realizarea unui produs media. Aplicarea tehnicilor de lucru în echipă în vederea realizării proiectelor aplicative. Autoevaluarea nevoii de formare profesională, prin raportarea produselor realizate de student la normele profesionale.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea abilităților și cunoștințelor de concepere și punere în practică a unui proiect aplicativ în domeniul managementului instituțiilor media. Prezentarea mediului de <i>business</i> și a provocărilor sale actuale, precum și consolidarea cunoștințelor și abilităților de planificare și dezvoltare a unui produs complex din domeniul media.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Să le ofere studenților cunoștințe teoretice și abilități practice legate de conceperea unui proiect aplicativ în domeniul managementului instituțiilor media. - Să le ofere studenților instrumente de lucru de planificare, documentare și realizare a produselor complexe din domeniul media. - Să le dezvolte capacitatea de a evalua un produs complex din domeniul media. - Să le cultive respectul pentru jurnalismul de calitate, practicat în conformitate cu standardele profesionale și etice. - Să le ofere studenților și un bagaj de cunoștințe teoretice și practice, care să le permită să-și construiască o carieră în domeniul managementului instituțiilor media.

8. Conținuturi

8.1 Curs și seminar	Metode de predare	Observații
Elemente introductive. Caracteristicile proiectelor aplicative. Strategii editoriale și de business.	Curs interactiv, dezbaterea, brainstorming.	3 ore
Planificarea proiectului aplicativ. Alegerea unei teme. Analizarea contextului social și economic în care se plasează produsele media. Planul de lucru. Activitatea de documentare asupra competiției și contextului social/economic/cultural.	Curs interactiv, dezbaterea.	6 ore
Publicul-țintă. Segmentare și nișare. Piața produselor media. Studiu de caz: emisiunile concurente de tip <i>cooking show</i> și <i>talent show</i> . Asemănări și deosebiri. Conceperea unei strategii editoriale. Propunerea unei strategii de business.	Curs interactiv, studiul de caz.	6 ore
Marketingul unui produs media. Piața publicității, caracteristici actuale. Vânzarea unui produs media. Strategii de marketing.	Studiul de caz, activitatea individuală de teren.	6 ore
Specificul fiecărui canal media. Realizarea unui produs complex pentru medii diferite. Convergența. Dezvoltarea unui produs media în mediul digital. Realizarea proiectului aplicativ. Formularea unei strategii de lucru. Fixarea obiectivelor de lucru. Alegerea unui format și a unui canal media (print, digital, radio, TV).	Curs interactiv, activitatea individuală de teren.	3 ore
Elemente de etică profesională. Dreptul de autor. Respectarea legislației din domeniul audiovizual.	Curs interactiv, studiul de caz.	3 ore
Evaluarea produselor realizate de studenți în cadrul seminarului. Fiecare student va avea la dispoziție 15-20 de minute pentru prezentarea proiectului aplicativ. Notarea activității de seminar	Activități de evaluare	3 ore
		30 de ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> - Agnès, Yves, 2011, <i>Introducere în jurnalism</i>, Iași, Polirom. 		

- Eastman, Susan Tyler, Ferguson, Douglas A., 2009, *Media programming. Strategies and practices*, 8th edition, Thomson, Wadsworth.
- Harcup, Tony, 2009, *Journalism. Principles and practice*. Second edition, London, Sage. (Capitolele: The journalist as objective reporter, The journalist as investigator, p. 79-94, Interviewing, Writing news, p. 125-154, Telling it in pictures, p. 171-186.)
- Moscovici, Serge, Buschini, Fabrice, 2007. *Metodologia științelor socioumane*. Traducere de Vasile Savin, Iași, Polirom, 2007.
- Pavlik, John V., 2008. *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press.
- Petcu, Marian (coord.), 2014, *Dicționar enciclopedic de comunicare*, București, C.H. Beck.
- Roșca, Luminița, 2004, *Producția textului jurnalistic*, Iași, Polirom.
- Simion, Cristina (coord.), 2007, *Ghidul managerului de presă*, București, Humanitas.

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

Pentru a răspunde așteptărilor reprezentanților profesiei, am structurat acest curs pe două axe: prezentarea mediului de business și a provocărilor sale și consolidarea cunoștințelor și abilităților specifice producției de presă. O legătură strânsă cu profesia va fi menținută constant prin invitarea jurnaliștilor la curs și/sau seminar. De asemenea, studenții vor fi încurajați să-și aleaga teme aplicative complexe, aflate în strânsă legătură cu ce se caută pe piața media actuală.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Însușirea cunoștințelor teoretice legate de conceperea unui proiect aplicativ din domeniul managementului media.	Verificare (test grilă)	25%
10.5 Seminar/laborator	Aplicarea cunoștințelor teoretice în realizarea proiectului unui produs complex din domeniul mass-media (proiectul de emisiune/site/publicație online/print, proiect de management editorial etc. Elaborarea proiectului va ține seama de aplicarea cunoștințelor și teoriilor studiate, dar și respectarea normelor și principiilor de etică profesională.	Realizarea și susținerea unui proiect practic Participare activă la seminar	65%+10%=75%

10.6 Standard minim de performanță

La terminarea cursului, studenții trebuie să:

- Prezinte corect toate etapele realizării unui proiect aplicativ în domeniul managementului instituțiilor media.
- Identifice corect cel puțin trei caracteristici ale cercetării aplicative din domeniului managementului instituțiilor media.
- Folosească adecvat conceptele de bază ale domeniului în redactarea proiectelor de lucru.
- Formuleze corect o strategie de business și să explice modul în care se corelează aceasta cu producția din domeniul mass-media.

PREZENȚE:

- Curs + seminar – 50% + 1 curs

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

1.10.2019

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

.....

Semnătura șefului departament

.....