

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Managementul relațiilor mass-media**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior: UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
1.2 Facultatea : FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, ADMINISTRATIVE ȘI ALE COMUNICĂRII
1.3 Departamentul: DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE, RELATII PUBLICE SI PUBLICITATE
1.4 Domeniul de studii: ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii: LICENȚĂ
1.6 Programul de studii: COMUNICARE SI RELATII PUBLICE

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei - Managementul relațiilor mass-media							
2.2 Titularul activităților de curs – Prof. univ. dr. Cosmin Vasile Irimies							
2.3 Titularul activităților de seminar/stagii/lp - Asist. dr. Ioana Lepadatu							
2.4 Anul de studii	2	2.5 Semestrul	4	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	OBL

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator (lp) /stagii	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator (lp) /stagii	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					1 h / sapt
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					1 h / sapt
Pregătire seminar / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					1 h / sapt
Tutorial					1 h / sapt
Examinări					
Alte activități					1 h / sapt
<b>3.7 Total ore de studiu individual</b>	8 h / sapt				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	114 h / semestru				
<b>3.10 Numărul de credite</b>	5				

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	area la acest curs nu este condiționată de parcurgerea și promovarea altor cursuri sau discipline, dar înțelegerea în profunzime și însușirea cunoștințelor predate în cadrul cursului este facilitată de participarea la cursurile legate de instituția purtătorului de cuvânt și introducerea în relațiile publice.
4.2 de competențe	area la acest curs presupune dorința studenților de a se implica într-un curs interactiv, deschidere spre prezentări publice.

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1. de desfășurare a cursului	Desfășurarea seminariilor este condiționată de existența mijloacelor multimedia (laptop, videoproiector)
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	Desfășurarea seminariilor este condiționată de existența mijloacelor multimedia (laptop, videoproiector, camera de filmat)

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	La finalul cursului, studenții vor avea cunoștințele de bază necesare pentru începerea unei activități în domeniu, cursul având și o parte practică și una teoretică. Studenții vor dobândi competențe legate de identificarea și utilizarea limbajului și cunoștințelor de specialitate din domeniul comunicării, utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare, inclusiv a <i>new media</i> , identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice, identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare etc.
<b>Competențe transversale</b>	De organizare a tematicii cursului presupune abilități de lucru în echipă, întrucât majoritatea proiectelor vor fi realizate în echipă. De asemenea, studenții vor dovedi abilități de comunicare orală și scrisă pentru realizarea și prezentarea proiectelor. Aprecierea și dezvoltarea valorilor și eticii profesionale, rezolvarea de probleme clinice și luarea deciziilor terapeutice corecte, etc.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al cursului vizează obținerea cunoștințelor necesare abordării profesionale a domeniului mass media și a comunicării din perspectiva celor care reprezintă liantul dintre emițătorul mesajului sau dintre eveniment și receptorul final, respectiv consumatorul de presă, publicul larg sau specializat
7.2 Obiectivele Specifice	Obiectivele specifice ale cursului sunt legate de însușirea deprinderilor specifice necesare unui manager de presă, unui conducător/ coordonator de redacție, unui simplu reporter sau unui purtător de cuvânt pentru care cunoașterea modului de organizare și management al unei instituții de presă este o condiție esențială a desfășurării cu succes activității de comunicare și relații publice.

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni generale de management	Prezentare orala + multimedia	
2. Noțiuni generale de management	Prezentare orala + multimedia	
3. Principiile comunicării de masă	Prezentare orala + multimedia	
4. Instituții media (specific, organizare, decizie, fluxul informației)	Prezentare orala + multimedia	
5. Tipurile materialelor de presă (în funcție de tip și de instituție)	Prezentare orala + multimedia	

6. Reguli de redactare a materialelor de presă (mod de alcătuire, limbaj)	Prezentare orala + multimedia	
7. Noțiuni de etică profesională	Prezentare orala + multimedia	
8. Libertatea presei. Drepturi și obligații ale ziaristului	Prezentare orala + multimedia	
9. Manipularea informațională și structurile mediatice	Prezentare orala + multimedia	
10. Manipularea informațională și structurile mediatice	Prezentare orala + multimedia	
11. Ziarul – un proiect comunicațional (realitate, context, mesaj)	Prezentare orala + multimedia	
12. Recapitularea noțiunilor în vederea examinării semestriale	Prezentare orala + multimedia	

#### Bibliografie

##### 1. Bibliografia obligatorie:

- a. David Randall, Jurnalistul universal-ghid practic pentru presa scrisă, 2007, Ed Polirom
- b. Peter Dahlgren, Colin Sparks, Jurnalismul și cultura populară, Ed Polirom
- c. Louis Guery et Pierre Lebedel – Comment créer et animer une publication, Ed. C.P.F.J., Paris, 1991
- d. Bertrand, Jean Claude, Deontologia mijloacelor de comunicare, Institutul European, 2006;
- e. Coman, Mihai, Manual de jurnalism, Ed. Polirom, 2006;

##### 2. Bibliografie facultativa:

- a. Boutaud, Jean-Jacques, Comunicare, semiotică și semne publicitare - Teorii, modele și aplicații, Ed. Tritonic, 2005;
- b. Breakenridge, Deirdre, PR 2.0: New Media, New Tools, New Audiences, Pretince Hall, 2007;
- c. Coman, Cristina, Relații publice și mass-media, Polirom, Iași, 2002;
- d. Coman, Mihai, Manual de jurnalism, Ed. Polirom, 2006;
- e. De Fleur, Melvin, Ball-Rokeach, Sandra, Teorii ale comunicării de masă, Ed. Polirom, Iași 2004;
- f. Dinu, Mihai, Comunicarea, Ed. Științifică, București, 1999;
- g. Dobrescu, Paul, Mass media și societatea, Ed. Comunicare.ro, 2003;
- h. Ferreol, Gilles, Flageul, Noel, Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală, Ed. Polirom, 2007;
- i. Ficeac, Bogdan, Tehnici de manipulare, ediția a IV-a, Ed. All Beck, 2006;
- j. Mcquail, Dennis, Comunicarea, Institutul european, Colecția Universitaria, Iași, 1999;

8.2 Seminar / Laborator/Lucrări practice/Stagii	Metode de predare	Observații
Principiile comunicării de masă	Demonstratii practice	
Instituții media		
Reguli de redactare a materialelor de presă	Demonstratii practice	
Noțiuni de etică profesională	Demonstratii practice, prezentari de caz	

Manipularea informațională și structurile mediatice	Demonstratii practice, prezentari de caz	
Ziarul – un proiect comunicațional (realitate, context, mesaj)	Demonstratii practice, prezentari de caz	
Bibliografie: Suport de curs		

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

Înțelegerea notiunilor predate în cadrul cursului Managementul relațiilor mass-media este esențială pentru desfășurarea unei activități viitoare eficiente a studenților Departamentului de Comunicare, Relații Publice și Publicitate al UBB. Aceasta întrucât stăpânirea tehnicilor de comunicare și manipulare, precum și cunoașterea aprofundată a modului de organizare și funcționare a instituțiilor de presă, oferă un avantaj net oricărui specialist în relații publice și comunicare, atât în transmiterea mesajelor, cât și în controlarea informației, respective a percepției și atitudinilor publicului țintă.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen	Evaluare scrisă	60%
10.5 Seminar / laborator/lp/stagii	Aplicație practică	Prezentarea proiectului de cercetare	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Îi trebuie să realizeze proiectul de cercetare și să aibă o prezentă de minimum 30%			

Data completării  
septembrie 2019

Semnătura titularului de curs  
Cosmin Irimies

Semnătura titularului de seminar/lp  
Ioana Lepadatu

Data avizării în Departament  
septembrie 2019

Semnătura directorului de departament  
Ioan Hosu