

UVT2025-016213/07.03.2025

## **HOTĂRÂRE nr. 44/2024-2029 din 07.03.2025**

Cu privire la avizarea referatului justificativ pentru organizarea examenului de promovare în carieră pentru postul de Conferențiar 7, din Statul de funcții al Departamentului de Științe ale Comunicării.

Emitent: Consiliului Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării

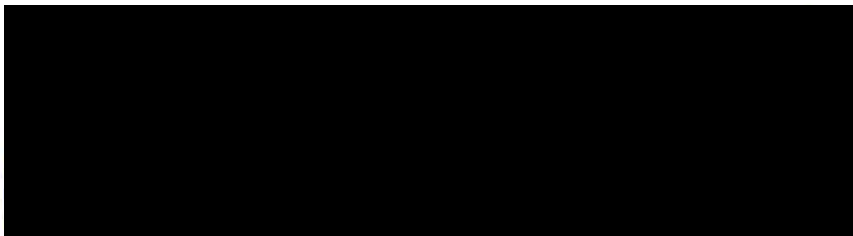
Consiliului Facultății de Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării, întrunit în data de 07.03.2025, ora 10 am, în regim de ședință online, adoptă următoarea hotărâre:

Se avizează referatul justificativ pentru organizarea examenului de promovare în carieră pentru postul de Conferențiar 7, din Statul de funcții al Departamentului de Științe ale Comunicării.

Consiliul facultății a avizat rezultatul cu 11 voturi DE ACORD.

Decan,

Lect.univ.dr.Alexandru JĂDĂNEANȚ



UVT2025-015654/06.03.2025

**Proces verbal încheiat în data de 05.03.2025, cu ocazia ședinței Consiliului  
Departamentului de Științe ale Comunicării**

Directorul Departamentului Științe ale Comunicării, doamna lect.univ.dr. Ioana Vid a convocat în termenul legal prevăzut, ședința consiliului departamentului.

Doamna director a prezentat memoriile pentru examenele de promovare în carieră pentru postul de Conferențiar 7 și pentru postul Conferențiar 8, din Statul de funcții al DSC.

Se avizează în consiliul departamentului, în unanimitate.

Doamna director a prezentat memoriile pentru concursurile de ocupare a posturilor vacante din Statul de funcții al DSC, Lector 23 și Asisitent 39.

Se avizează în consiliul departamentului, în unanimitate.

Au participat colegii consilieri, doamna lect. univ. dr. Adina Baya, doamna lect. univ. dr. Simona Bader, doamna conf.univ.dr. Iasmina Petrovici, doamna lect.univ.dr. Corina Sîrb și doamna lect. univ. dr. Oana Barbu-Kleitsch.

Director Departament de Științe ale Comunicării,

Lect.univ.dr. Ioana Vid



LISTA POSTURILOR DIDACTICE ȘI DE CERCETARE VACANTE DIN CADRUL DEPARTAMENTELOR ACADEMICE ALE UNIVERSITĂȚII DE VEST DIN TIMIȘOARA (UVV) SCOASE LA CONCURS SAU PENTRU CARE SE ORGANIZEAZĂ EXAMEN DE PROMOVARE ÎN CARIERA DIDACTICĂ SAU ÎN GRAD PROFESIONAL DE CERCETARE-DEZVOLTARE SUPERIOR ÎN SEMESTRUL AL II-LEA AL ANULUI UNIVERSITAR 2024-2025

## A. POSTURI PE PERIOADĂ NEDETERMINATĂ

No. crt.	Facultate	Departamentul academic	Postul	Proiectarea activității de cercetare și promovare în domeniul comunicării	Disciplină	Încadrarea postului în structura științifică	Tematică prioritară de cercetare (în limba română)	Tematică prioritară de cercetare (în limba engleză)	Tematică prioritară de cercetare (în limba franceză)
1	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	7	Conferențiar universitar	Examen de promovare	Științe ale comunicării	Mass-media și instituțiile UE; Fake news în UE; Formate ale conținutului publicat în mediul digital; audio (Podcast); Crearea și publicarea de informații în mediul digital; Rolul social media în RP. Materiale audio-video specifice online; TV - mijloc de comunicare internă; Campanii publicitare interactive; Tehnici vizuale în reclame audio-video	Mass-media and EU institutions; Fake news in the EU; Formats of content published in the digital media; audio (Podcast); Creation and publication of information in the digital environment; The role of social media in PR. Specific online audio-video materials; Web TV - an instrument of internal communication; Interactive advertising campaigns; Visual techniques in audio-video commercials	Strategy of a social campaign. Concept and tools; Social responsibility as part of the image strategy; The relationship between spokesperson and journalists; Tools for working with journalists; Peculiarities of the online press in Romania. The mass-media system. Journalism, fake news and disinformation
2	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	8	Conferențiar universitar	Examen de promovare	Științe ale comunicării	Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente; Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine; Relația purtător de cuvânt - jurnalist; Mijloace de lucru cu jurnaliști; Particularități ale presei online din România; Sistemul mass-media. Jurnalism, fake-news și dezinformare		

## B. POSTURI PE PERIOADĂ DETERMINATĂ

No. crt.	Facultate	Departamentul academic	Postul	Proiectarea activității de cercetare și promovare în domeniul comunicării	Disciplină	Încadrarea postului în structura științifică	Tematică prioritară de cercetare (în limba română)	Tematică prioritară de cercetare (în limba engleză)	Tematică prioritară de cercetare (în limba franceză)
1	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	23	Lector universitar	Soos la concurs	Științe ale comunicării	Principii fundamentale în design grafic (C.R.A.P) Layout și compoziție în design grafic Utilizarea textului în design-ul grafic Proiectarea cercetării în științe sociale (problema de cercetare, obiective, încheiere, ipoteze) Metode cantitative de cercetare Metode calitative de cercetare	Fundamental principles in graphic design (C.R.A.P) Layout and composition in graphic design Typography in graphic design Social science research design (research problem, objective, questions, hypotheses) Quantitative research methods Qualitative research methods	
2	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	39	Asistent universitar	Soos la concurs	Științe ale comunicării	Platforme și tehnologii pentru Blogging & Vlogging; Crearea și planificarea conținutului; Platforme și instrumente pentru media digitală; Crearea unui plan de marketing digital (step); Componente vizuale: cadrele, compoziția imaginii (regula treimilor); Componente vizuale: unghiurile și mișcările camerei; Creare și optimizare conținut pe diverse platforme; Aplicarea unui plan de marketing digital; Știri, format adaptare (presa scrisă, online, radio, TV); Practice- Genuri jurnalistice nobile (anchetă, reportaj)	Platforms and technologies for Blogging and Vlogging; Content creation and planning; Digital media platforms and tools; Creating a digital marketing plan (steps, Visual component: frames, image composition (rule of thirds); Visual component: camera angles and movements; Creating and optimizing content on various platforms; Implementing a digital marketing plan; News, adapted formats (written press, online, radio, TV); Practice - Noble journalistic genres (investigation, reportage)	

Decan,

Director departament,

Lect.univ.dr. Alexandru Jădăneanț

Lect.univ.dr. Ioana Vid

**Referat privind necesitatea organizării examenului de promovare în cariera didactică  
pentru postul didactic de conferențiar poz. 7 din cadrul Departamentului de Științe ale  
Comunicării**

**1. Necesitatea ocupării postului în contextul realizării obiectivelor din planul de  
dezvoltare al facultății**

Ocuparea postului de conferențiar este impusă de nevoia Departamentului de Științe ale Comunicării de a crește numărul de cadre didactice abilitate să desfășoare activități didactice, multe dintre orele din statul de funcții al DSC reprezintă ore cuprinse în posturi vacante. Un alt argument îl constituie nevoia formării de specialiști conectați la nevoile actuale reale ale societății și creșterea calității programelor academice destinate menținerii și amplificării reputației Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării din cadrul Universității de Vest din Timișoara. Această necesitate se află în perfectă corelație cu obiectivele Departamentului de Științe ale Comunicării și ale Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării, în baza cărora pot fi definite următoarele direcții de acțiune:

Creșterea, promovarea și formarea unor specialiști de prim rang, punând accentul pe inter-și multidisciplinaritate, în domeniul științelor comunicării, și al specializărilor: comunicare și relații publice, jurnalism, publicitate și media digitală, cu o solidă educație profesională în spiritul valorilor fundamentale naționale, dar și europene;

Constituirea într-un factor dinamizator în actualizarea și îmbogățirea orizontului profesional și de cunoaștere al absolvenților Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării, al altor categorii de specialiști și cetățeni, prin activitatea de educație permanentă, sub toate formele ei;

Construcția instituțională care să asigure un ciclu întreg de formare academică în domeniul științelor comunicării prin consolidarea programelor de masterat existente, construcția unor noi

astfel de programe, precum și cel mai important, prin consolidarea Școlii doctorale în domeniul Științelor Comunicării, în care să funcționeze specialiști capabili să singularizeze învățământul academic din UVT în peisajul ofertelor la nivel național și regional;

Transformarea Departamentului de Științe ale Comunicării într-un pol care să concentreze și să consolideze valori în și dinspre comunitatea din Timișoara și cele din zona de vest a României, prin cooperarea cu parteneri din zonă/țară și parteneri internaționali;

Contribuția la dezvoltarea complexă a zonei de vest a României, printr-un rol activ în transferul în ambele sensuri de cunoaștere între Departamentul de Științe ale Comunicării / Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării și diversele organizații, instituții locale, regionale, naționale și internaționale, prin cercetare fundamentală aplicată;

Formarea în cadrul Universității de Vest din Timișoara a unui centru sau pol de excelență în domeniul programelor oferite de către Departamentul de Științe ale Comunicării;

Dezvoltarea specializărilor: Jurnalism, Comunicare și Relații Publice, Publicitate, Media Digitală, respectiv ofertarea unor programe de masterat și formare continuă de cea mai înaltă calitate și constituite în acord cu nevoile pieței muncii.

## **2. Valoarea științifică ce se pretinde candidaților**

Valoarea științifică ce se pretinde candidaților este exprimată în criteriile care se orientează în funcție de standardele minimale expuse de către CNATDCU. Candidatul trebuie să dețină titlul științific de doctor în domeniul Științe ale Comunicării și să satisfacă standardele și criteriile minime ale grilei CNATDCU pentru domeniul Științele Comunicării; studiile universitare de licență și master să fie realizate în domeniul Științe ale Comunicării/Management și Marketing în mass-media.

Condițiile ce trebuie să fie îndeplinite pentru postul de conferențiar sunt cele precizate în:

- a) Legea Învățământului Superior nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare;
- b) Hotărârea Guvernului României nr. 1339 din 29.12.2023 privind aprobarea Metodologiei cadru de concurs pentru ocuparea posturilor didactice și de cercetare vacante din învățământul superior;

- c) Hotărârea Guvernului României nr. 56 din 25 ianuarie 2024 pentru aprobarea Metodologiei cadru privind organizarea și desfășurarea examenului de promovare în cariera didactică, pentru învățământul superior;
- d) Ordinul Ministrului Educației Naționale și Cercetării Științifice nr. 6129 din 20 decembrie 2016 pentru aprobarea standardelor minimale necesare și obligatorii pentru conferirea titlurilor didactice din învățământul superior, a gradelor profesionale de cercetare-dezvoltare, a calității de conducător de doctorat și a atestatului de abilitare, pentru concursurile și examenele de promovare în cariera didactică organizate până în anul universitar 2025-2026 inclusiv;
- e) Ordinul comun al ministrului educației și al ministrului sănătății nr.4060/1502/2024 privind aprobarea modului de acordare a avizelor medicale pentru exercitarea funcțiilor didactice de predare sau didactice auxiliare și a modelului de certificat medical pentru încadrarea într-o funcție didactică de predare sau didactică auxiliară din învățământul superior;
- f) Legea nr. 183 din 10 iunie 2024 privind Statutul personalului de cercetare, dezvoltare și inovare;
- g) Regulamentele specifice și reglementările interne ale UVT.

### 3. Perspectivele postului

Postul de conferențiar propus pentru organizarea examenului de promovare în cariera didactică cuprinde în structură discipline care, conform standardelor specifice de evaluare academică elaborate de ARACIS sunt prevăzute ca aparținând grupei de discipline obligatorii și de specialitate în programele de licență: Comunicare și relații publice, Publicitate și Media digitală, precum și discipline de specialitate pentru nivel Master, la Mass-Media și Relații Publice. Tehnici de Redactare și Comunicare. Aceste discipline academice, atât prin specificul lor, cât și prin particularizarea fișelor de disciplină, pot asigura singularizarea învățământului academic din cadrul Universității de Vest din Timișoara în peisajul ofertelor la nivel național și regional în domeniul specializărilor aflate în portofoliul Departamentului de Științe ale Comunicării. Prin natura materiilor vizate se urmărește astfel accentuarea vizibilității Departamentului, a programelor de licență și de masterat, prin promovarea acestora ca factori specifici unici care pot deveni puncte de atracție pentru viitori doctoranzi ai departamentului.

Având în vedere menținerea la un nivel constant a numărului de studenți la programele de licență și studii masterale, dar ținând cont și de înființarea și funcționarea Școlii Doctorale în Științele Comunicării, se poate afirma sustenabilitatea financiară a postului de conferențiar pentru următorii ani. Școala Doctorală în Științele Comunicării, aflată în al doilea an de activitate, are 11 doctoranzi.

De asemenea, este de așteptat ca viitorul titular al postului de conferențiar să fie vizibil la nivel internațional din perspectiva activității de cercetare, de menținere a legăturilor cu mediul profesional.

Postul conferențiar 7 cuprinde disciplinele de specialitate: Genuri și formate în media digitală, la Media digitală, anul II, Produse audio-video în relații publice, la Comunicare și relații publice, anul II, Reclame audio-video, la Publicitate, anul III și o disciplină la master: Communicating Europe, la MMRP anul I. Pentru specializările Departamentului de Științe ale Comunicării înmatriculăm anual peste 230 de studenți, iar la masteratele în limba română peste 60 de studenți echivalenți – ceea ce confirmă sustenabilitatea specializărilor, respectiv a disciplinelor cuprinse în post. Dat fiind nivelul de dezvoltare economică și socială a Regiunii de Vest, perspectiva postului conferențiar 7 este de cel puțin 5 ani, întărită de perspectivele de dezvoltare ale Școlii doctorale, care vor contribui prin încasări la stabilitatea financiară a Departamentului și a Facultății în ansamblul ei.

#### **4. Numărul posturilor existente deja în aceeași specialitate**

Având în vedere că ultimele vizite ARACIS au constatat un deficit semnificativ de personal la nivelul departamentului, s-a hotărât ca în anul universitar 2024-2025 să fie scoase la concurs 2 posturi de conferențiar (examen de promovare în cariera didactică), 2 posturi de lector (unul examen de promovare în cariera didactică și unul concurs) și 5 posturi de asistenți care să preia din orele vacante, respectiv să contribuie la consolidarea profilului de cercetare al departamentului. În anii următori vor mai fi scoase la concurs și alte posturi de asistent, putând fi astfel fructificate și rezultatele de cercetare ale doctoranzilor din domeniile programelor de licență oferite de DSC, dar și posturi de lector, conferențiar și de profesor pentru a consolida baza de posturi a DSC.

Disciplinele postului propus pentru examenul de promovare se adresează domeniului științe ale comunicării, pentru specializările: CRP, Publicitate, Media Digitală și MMRP.

Numărul posturilor corespunzătoare specializărilor în domeniile gestionate de DFSC, se prezintă în Statul de funcții al Departamentului de Științe ale comunicării din cadrul FSGC a UVT după cum urmează:

<b>Titulari</b>	<b>Profesor</b>	<b>2</b>
	<b>Conferențiar</b>	<b>4</b>
	<b>Lector</b>	<b>14</b>
	<b>Asistent</b>	<b>6</b>

<b>Vacante</b>	<b>Profesor</b>	<b>0</b>
	<b>Conferențiar (scoase pentru promovare în cariera didactică)</b>	<b>2</b>
	<b>Lector (1 post, scos la concurs)</b>	<b>13</b>
	<b>Asistent (1 scos la concurs)</b>	<b>3</b>

5. Analiza statistică pe ultimii 3 ani privind evoluția numărului de candidați și de studenți înmatriculați la programele de studii unde se desfășoară activitățile din cadrul posturilor scoase la concurs sau pentru care se organizează examen de promovare în cariera didactică, după caz:

	CRP	Publicitate	Jurnalism	Media digitală	MMRP	CMCS	CPMD
2022	153	99	105	246	47	26	
- 2023							
2023	146	113	95	264	66	25	
- 2024							



2024	132	135	89	254	60	8	44
-							
2025							

## 6. Strategia de dezvoltare a resurselor umane, inclusiv situația pensionabililor în următorii 5 ani

Conform datelor primite de la Serviciul de Resurse Umane din cadrul Universității de Vest din Timișoara, în următorii 5 ani se vor pensiona 2 profesori și 1 lector care activează în cadrul DSC.

Departamentul de Științe ale Comunicării depune eforturi constante să se adapteze cererii pieței forței de muncă, de aceea acestea sunt canalizate și spre a aduce profesioniști cu experiență relevantă pentru disciplinele prinse în programa specializărilor din cadrul departamentului. Strategia de dezvoltare a resurselor umane vizează păstrarea mediei de vârstă a cadrelor didactice din cadrul departamentului la un nivel scăzut, pentru a asigura dinamica și adaptabilitatea la nevoile studentului.

Directorul de departament acordă o atenție deosebită monitorizării calității procesului didactic și prevenirii eventualelor abateri prin următoarele instrumente:

- planuri operaționale - prin care se vor urmări încadrarea în termene și succesiunea activităților;
- centralizarea evaluării activității didactice de către studenți;
- organizarea de întâlniri permanente și nepermanente cu membrii colectivului didactic.

Strategia cercetării științifice a departamentului/școlii doctorale și modul în care ocupantul postului ar trebui să se integreze acestei strategii

Una dintre principalele direcții de dezvoltare vizate de departament este creșterea vizibilității rezultatelor din cercetare obținute de membrii săi în mediul științific și profesional. În acest sens, viitorul ocupant al postului de conferențiar va contribui la obținerea de rezultate valoroase prin publicarea de monografii, cărți și articole științifice originale în jurnale și reviste de prestigiu, indexate în baze de date internaționale, dar prin diseminarea și promovarea rezultatelor cercetării științifice în societate – acest aspect contribuind la consolidarea imaginii Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării, dar și a Universității de Vest din Timișoara în ansamblul ei.

## **7. STRATEGIA DE CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ A DEPARTAMENTULUI DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

### **Preambul**

Planul strategic de cercetare științifică în cadrul Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării se înscrie în linia generală a strategiilor în domeniul cercetării și inovării asumate de Universitatea de Vest din Timișoara. Dinamicile socio-economice recente obligă la o reconsiderare a rolului cercetării astfel că misiunea universității (văzută ca un catalizator al transformărilor benefice în societate și sursă a inovării) devine crucială într-un asemenea context. În mod tradițional cercetarea este strâns legată de mediul academic nu doar în ceea ce privește infrastructura specifică, ci și prin dimensiunea formativă pe care o presupune. Strategiile și planurile cadru ce vizează domeniul cercetării reprezintă din multe puncte de vedere intersecția politicilor publice, voinței politice și capitalului uman. Acestora li se adaugă un cadru economic stimulat și, lucru foarte important, tradiția unor comunități științifice solide.

Societatea viitorului va fi o societate a cunoașterii și inovației. În acest sens stau mărturie principiile și obiectivele asumate la nivel european<sup>1</sup> precum și capacitatea de sincronizare a societății cu sensurile progresului. Pentru România (ca parte a comunității de valori europene) sincronizarea strategiilor de cercetare cu obiectivele comunitare constituie nu doar un deziderat

<sup>1</sup> Cf. European Commission, (Directorate-General for Research and Innovation), „Open Innovation, Open Science, Open to the World - a vision for Europe”, 2016, p.55. <https://bit.ly/3DhOtmR>

asumat politic, ci mai degrabă o necesitate istorică. Aceste este de fapt și motivul pentru care domeniul cercetării, dincolo de valențele sale tradiționale, trebuie să devină o sursă a schimbărilor structurale în societate.

Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării din cadrul Universității de Vest din Timișoara și-a stabilit ca prioritate alinierea la standardele de calitate impuse de cele mai prestigioase instituții de învățământ superior și cercetare de la nivelul Uniunii Europene.

La nivelul facultății se desfășoară procese educaționale conform reformei Bologna, structurând oferta educațională pe trei cicluri: studii universitare de licență, studii universitare de masterat și studii doctorale. În acest sens, s-au creat toate premisele instituționale pentru o bună desfășurare a activității.

Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării a introdus normele prevăzute de ARACIS pentru ridicarea continuă a calității în activitatea educativă și de cercetare. De asemenea, s-a trecut la educația centrată pe student. Una dintre preocupările permanente ale conducerii facultății și a departamentelor din facultatea noastră rămâne managementul performant al calității în toate domeniile de activitate.

Strategia de cercetare a Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării este parte integrantă a strategiei Universității de Vest din Timișoara. Liniile de forță ale cercetării științifice din facultatea noastră sunt trasate conform documentelor privind cercetarea adoptate la nivel european, conform cerințelor naționale și locale, aplicate specificului domeniilor de activitate ale facultății noastre. Strategia de cercetare din cadrul facultății noastre pornește de la identificarea unor domenii de nișă, care pot produce o contribuție reală la fondul universal al cunoașterii.

Obiectivul final al strategiei de cercetare este propulsarea facultății noastre în topul celor mai productive centre de cercetare pe domeniul Științe ale Comunicării.

#### Situația actuală a cercetării științifice

Activitatea de cercetare a Departamentului de Științe ale Comunicării (DSC) se realizează:

- în mod individual;
- în colective de cercetare;
- pe departament;

- în special, în cadrul Institutului de Studii Social-Politice (ICSP) de pe lângă Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării (FȘGC) și în centrele de cercetare ale acestuia. Afiliate ICSP sunt 3 centre de cercetare: Centrul Român de Studii Penitenciare (CRSP), Centrul de Cercetare în Istoriografie Filosofică și Filosofia Imaginarului și FabLab.

Centrul Social Fabrics Research Lab (FabLab) a fost înființat în 2019, având domeniul fundamental studii socio-economice și umaniste, cu obiective interdisciplinare, aplicate fenomenelor asociate comportamentelor umane și organizaționale, al cărui director este Silvia Fierăscu.

Astfel realizată, activitatea de cercetare constituie o componentă de bază a misiunii departamentului, ce rezultă din însăși obiectivele din planul de dezvoltare al facultății.

Alături de ICSP mai avem la nivelul facultății și centrele de cercetare:

- Centrul de Studii Europene Alcide de Gasperi (CSE-AG)
- Center for Eastern European Film and Media Studies (CEEFMS)
- Centrul de cercetare în Studii Africane UBUNTU.

Cadrele didactice din facultatea noastră au desfășurat o activitate de cercetare susținută, materializată în câștigarea unor granturi naționale și internaționale, publicarea de cărți în edituri prestigioase, de articole în reviste cotate la nivel național și internațional etc. De asemenea, membrii facultății noastre au participat la numeroase manifestări științifice din străinătate sau din țară. Numeroși membri ai facultății noastre sunt membri ai unor asociații profesionale și instituții de cercetare sau fac parte din redacțiile unor reviste de specialitate. De asemenea, au fost publicate articole în revista *Deliberatio* a Institutului de Cercetări Social-Politice. Unele realizări ale membrilor facultății au fost premiate la nivel național.

Studentii, masteranzii și doctoranzii au fost antrenați, în diferite moduri la activitatea de cercetare științifică. În acest scop, aceștia au fost cooptați în echipe de cercetare care au câștigat granturi naționale de cercetare. De asemenea, studenții au participat la sesiuni de comunicări științifice sau sunt membri în diferite cercuri științifice. Studenții, masteranzii și doctoranzii facultății sunt încurajați să își publice lucrările științifice în reviste, precum *Sfera publică* – o publicație academică dedicată tinerilor cercetători.

### 3. Direcții ale activității de cercetare științifică

Principalele direcții de cercetare științifică la nivelul Departamentului de Științe ale Comunicării din cadrul Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării sunt configurate pornind de la structura departamentală și de profilul academic al membrilor săi.

1.	Științele comunicării și relații publice	Prof. dr. Ionel Narița, Prof.dr. Gheorghe Clitan, Conf. dr. Ileana Rotaru, Conf. dr. Iasmina Petrovici, Lect. dr. Oana Gabor, Lect. dr. Codruța Simionescu, Lect. dr. Simona Bader, Lect. dr. Corina Sîrb, Lect. dr. Ioana Vid, Lect. dr. Anamaria Filimon-Benea, Lect. dr. Silvia Fierăscu, Lect. dr. Laura Malița, Conf. dr. Maria Micle, Lect. dr. Tamara Petrova, Lect. dr. Bianca Drămnescu, Asist. drd. Manuela Anghelescu, Asist. Dr. Alexandru Râță, Asist. Dr.Vlad Ungar.
4.	Mass-media și jurnalism european	Lect. dr. Ciortea Neamțiu Ștefana, Lect. dr. Adina Baya, Lect. dr. Anamaria Filimon-Benea, Conf. dr. Lucian Vasile Szabo, Lect. dr. Ioana Vid, Lect. dr. Simoa Bader, Lect. dr. Alexandru Condrache, Asist. dr. Ionuț Suci, Asist. Dr, Alexandru Râță, Asist. Dr. Vlad Ungar, Asist. Drd Manuela Anghelescu.
5.	Publicitate și reclamă în societatea de consum	Prof. dr. Gheorghe Clitan, Lect. dr. Oana Barbu-Băneș-Kleisch, Conf. dr. Maria Micle, Lect. Dr. Anamaria Filimon-Benea, Lect. Dr. Ioana Vid, Lect. dr. Simona Bader, Lect dr. Bianca Drămnescu, Asist. dr. Ionuț Suci, Asist. Drd. Dan Cardaș, Asist dr. Darius Onețiu.

La nivel departamental există preocupări consistente pentru sfera cercetării, întregul colectiv fiind angrenat punctual în diverse proiecte. Asemenea preocupări s-au materializat de-a lungul vremii în rezultate de mare vizibilitate academică promovând imaginea departamentului în plan regional, dar și internațional. De remarcat faptul că Departamentul de Științe ale Comunicării al Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării are o structură ce permite abordările interdisciplinare ale diferitelor proiecte avute în vedere.

În urma unei analize și a discuțiilor purtate cu colegii din departamentul de Științe ale Comunicării, au reușit ca direcții de cercetare/arii de interes pentru perioada 2024 – 2026 următoarele:

Științe ale comunicării  
Studii media/ Jurnalism tradițional vs noile media/ Multimedia  
Jurnalism online/Platforme independente de jurnalism/Jurnalism alternativ  
Comunicare digitală: Media digitală/Podcasting/Tehnologii emergente  
Comunicare interculturală/Studii culturale/Branding cultural în mediul digital/ Reflectarea în presă a Banatului intercultural și a Timișoarei – Capitală Europeană a Culturii  
Fake news, deep fake/Dezinformarea în războiul hibrid  
Storytelling/ Social media  
Online branding/City branding  
Industrii creative/ Design publicitar  
Cultură media și informațională  
Cetățenie digitală, participare civică/Analiză de discurs public  
Educație media/ Relația copiilor/tinerilor cu media și internetul  
Comunicarea schimbărilor climatice  
Film documentar de investigație  
Epistemologie, logică

Modalitățile de realizare a cercetărilor în domeniile menționate se vor concretiza în articole individuale sau de grup, cărți, participări la conferințe, ateliere, seminare, participări în proiecte de cercetare sau mobilități externe de predare Erasmus.

#### 4. Obiective strategice ale activității de cercetare științifică

1. Elaborarea de proiecte de cercetare prin care să fie accesate fonduri destinate cercetării la nivel european sau național;
2. Promovarea cercetării interdisciplinare prin colaborare între specialiști în diferite domenii din cadrul facultății sau cu specialiști din exterior;
3. Elaborarea de proiecte în colaborare de cercetare cu mediul economic și social;

4. Implicarea mai accentuată în viața economică, politică și socială națională și regională prin adoptarea unor teme de cercetare adecvate;
5. Constituirea unor structuri instituționale proprii care să servească cercetării științifice;
6. Ameliorarea circulației informației asupra programelor de finanțare a cercetării;
7. Consolidarea rolului comisiei de cercetare; creșterea implicării structurilor administrative destinate cercetării;
8. Antrenarea studenților, masteranzilor și doctoranzilor în activitatea de cercetare științifică;
9. Creșterea vizibilității rezultatelor cercetării prin diversificarea mijloacelor de valorificare a acestora;
10. Creșterea nivelului de recunoaștere a publicațiilor proprii;
11. Programele de masterat și doctorat vor fi prevăzute cu propriile programe de cercetare.

#### 5. Mijloace de realizare a obiectivelor strategice

1. Utilizarea cadrului oferit de centrele de cercetare;
2. Lansarea de noi publicații de profil pentru a facilita valorificarea rezultatelor cercetării științifice;
3. Organizarea de manifestări științifice la nivel local, național și internațional; continuarea manifestărilor cu un caracter periodic;
4. Diversificarea activităților legate de cercetarea și creația științifică;
5. Elaborarea la nivelul departamentelor a unor grile prin care activitatea științifică să fie cuantificată corect;
6. Continuarea activității de publicare a unor manuale, monografii, tratate de specialitate;
7. Încurajarea participării membrilor facultății la diferite manifestări științifice din țară și străinătate;
8. Organizarea de cercuri studențești prin care studenții și masteranzii să fie antrenați în activități de cercetare științifică;
9. La nivelul fiecărui masterat se vor planifica activități concrete de cercetare științifică;
10. Masteranzii și doctoranzii vor fi incluși în proiecte de cercetare cu scopul obținerii de granturi la nivel național și european;
11. Întărirea colaborării cu diferite instituții de cercetare, de pildă, cu filiala locală a Academiei Române;

12. Intensificarea programelor de mobilitate și schimb de bune practici la toate nivelurile: studenți, masteranzi, cadre didactice, personal administrativ;
13. Constituirea unor laboratoare de cercetare puternice, cu echipamente performante;
14. Constituirea de strategii de cercetare și planuri de cercetare la nivel de departamente, masterate și școală doctorală.

## 6. Concluzii

Departamentul de Științe ale Comunicării al Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării din Cadrul Universității de Vest, Timișoara s-a constituit încă de la înființare într-un veritabil pol al excelenței academice, calitatea actului pedagogic precum și sfera cercetării fiind deopotrivă păstrate la cele mai înalte standarde. Caracterul eterogen al preocupărilor în domeniul cercetării al membrilor săi a devenit cu timpul un avantaj strategic optimal corelat cu noile tendințe la nivel european dar și cu liniile generale trasate de UVT prin strategiile sale specifice<sup>2</sup>.

Departamentul de Științe ale Comunicării, prin forurile sale decizionale, a înțeles constant să încurajeze creația științifică atât la nivel individual cât și în ce privește diferitele grupuri de lucru care au demarat anumite proiecte de-a lungul vremii. Consecințele pozitive ale unei asemenea abordări s-au văzut deseori prin prisma indicatorilor specifici în domeniu: de la producția de carte până la cea de articole și accesarea de granturi ori alte forme de finanțare. Pe termen mediu și lung asemenea indicatori se doresc a fi sistematic îmbunătățiți (mai ales că există o tendință naturală de creștere și dezvoltare a departamentului). Pe termen scurt Departamentul de Științe ale Comunicării își reafirmă disponibilitatea de a juca un rol relevant în peisajul academic de profil intern și extern, prin atenția acordată procesului de formare a unor noi generații de intelectuali și specialiști în domenii esențiale precum: Comunicare și Relații Publice, Jurnalism, Publicitate, Media Digitală. Este de la sine înțeles faptul că asemenea angajamente vor fi dublate de consolidarea unui profil științific autentic perfect calibrat pentru nevoile unei societăți din ce în ce mai complexe.

DSC reprezintă o comunitate cu profil multi-disciplinar care înțelege constant să pună accentul deopotrivă pe cercetarea fundamentală și pe cea aplicată fără a se abate de la principiile

<sup>2</sup> Vezi documentele cadru asumate de UVT la: <https://www.uvt.ro/cercetare/strategie-si-impact/strategia-uvt-privind-cercetarea/>



fundamentale consacrate la nivel instituțional: libertatea creației științifice, respectarea standardelor etice, plus-valoarea comunitară și impactul internațional.

#### **8. Strategia de internaționalizare a departamentului/școlii doctorale și a programelor de studii gestionate de departament și modul în care ocupantul postului ar trebui să se integreze acestei strategii**

Data fiind integrarea României în Uniunea Europeană și existența sistemului de credite transferabile, internaționalizarea departamentului și a programelor de studii devine un imperativ. În acest sens, vor fi întreprinse o serie de acțiuni, unele țin de internaționalizarea în plan local, iar altele de internaționalizarea în plan global. Internaționalizarea în plan local se referă la îmbunătățirea prezenței în mediu virtual – traducerea site-ului în engleză și alte limbi de circulație internațională, implicarea activă a coordonatorului Erasmus+ de la nivelul departamentului în informarea studenților cu privire la oportunitățile de mobilitate existente, stabilirea de contacte cu reprezentanți ai universităților din străinătate în vederea primirii de studenți străini, organizarea de cursuri în limbi de circulație internațională. Viitorul ocupant al postului de conferențiar va trebui să contribuie la extinderea rețelei de universități cu care facultatea are acorduri de cooperare internațională, să valorifice rețeaua sa de contacte la universități din străinătate în vederea organizării de manifestări științifice comune, cu participare internațională, respectiv pentru pregătirea și implementarea de proiecte cu finanțare europeană în vederea creșterii calității procesului educațional și intensificării activității de cercetare.

În ceea ce privește internaționalizarea în plan global, strategia departamentului vizează încurajarea cadrelor didactice să participe la mobilități de predare la universitățile din străinătate, participarea Facultății la târguri educaționale internaționale, participarea cercetătorilor și cadrelor didactice la conferințe internaționale în străinătate, publicarea de articole științifice în jurnale din străinătate, respectiv de monografii și volume la edituri de prestigiu din străinătate. Noul ocupant al postului de conferențiar va trebui să se implice activ în materializarea strategiei de internaționalizare în plan global, implicându-se activ în toate inițiativele amintite anterior, dar și să propună măsuri suplimentare pentru creșterea vizibilității departamentului în plan internațional.

**9. Fișa individuală a postului ce urmează a fi scos la concurs include descrierea postului și atribuțiile/activitățile aferente postului scos la concurs.**

\*\*\* Fișa individuală a postului este anexată la finalul referatului justificativ. \*\*\*

**10. Fișele disciplinelor incluse în post**

\*\*\* Fișele disciplinelor sunt anexate la finalul referatului justificativ. \*\*\*

**11. Salariul minim de încadrare**

Conform datelor primite de la Serviciul de Resurse Umane din cadrul Universității de Vest din Timișoara, salariul minim conform legislației în vigoare pentru postul de conferențiar este 7579 lei.

**12. Extras din statul de funcții care să evidențieze postul vacant scos la concurs sau pentru care se organizează examen de promovare în cariera didactică, după caz:**

Tit. post.	Tip post.	Funcția/Dia.	Angajat/Student	Stare post.	Stu./Max.					
7	WF	Conf.	vacant	0	8/18					
Disciplina	Sporul/ano	St. St.	Seri	Curs	Buget	Seri.	L.L.P.	Stomat	Căst...	Stage
Communicating Europe	MSD/Plan 1	MMR	1	0	1	2	0	1.5	2/15	✓
Genuri și formate în media digitală	MSD/Plan 2	LMR	1	2	1	2	0	0	3/1	✓
Produse audio-video în relații publice	OPR/Plan 2	LMR	1	2	1	1	0	2.5	3/1	✓
Reclame audio-video	PL/Plan 2	LMR	1	1	0	0	0	1	3/1	✓

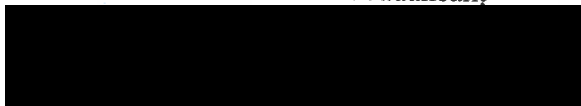
13. Programa concursului, aferentă postului de conferențiar, poziția 7 din statul de funcții al Departamentului de Științe ale Comunicării:

<b>Communicating Europe</b>
<b>TEMATICĂ</b>
Mass-media și instituțiile UE
Fake news în UE
<b>Genuri și formate în media digitală</b>
<b>TEMATICĂ</b>
Formate ale conținutului publicat în mediul digital: audio (Podcast).
Crearea și publicarea de informații în mediul digital
<b>Produse audio-video în relații publice</b>
<b>TEMATICĂ</b>
Rolul social media în RP. Materiale audio-video specifice online
Web TV – mijloc de comunicare internă
<b>Reclame audio-video</b>
<b>TEMATICĂ</b>
Campanii publicitare interactive
Tehnici vizuale în reclame audio-video

**14. Extrase din procesele verbale ale ședinței Consiliului departamentului și ședinței  
Consiliului facultății în care au fost aprobate aceste poziții**

Decan,

Lect. univ.dr. Alexandru Jădăneanț



Director de departament,

Lect. univ.dr. Ioana Vid



Aprobat, Prof. Univ. Dr.  
Marilen Gabriel PIRTEA

**FIȘA POSTULUI**  
personal didactic

Anexă la Contractul Individual de Muncă nr.

**DATE PRIVIND IDENTIFICAREA POSTULUI**

Numele și prenumele titularului:

Facultate: FSGC

Departament: DSC

Denumirea postului: CONFERENȚIAR UNIVERSITAR 7 Statul de funcții DSC 2024-2025 /

Cod COR: 231001

**CONDIȚII SPECIFICE PRIVIND OCUPAREA POSTULUI**

Studii specifice: superioare, conform Legislației și Regulamentului de ocupare a posturilor didactice

Experiență: conform Regulamentului de ocupare a posturilor didactice

Competență managerială<sup>3</sup> (cunoștințe de management, calități și aptitudini manageriale)

<sup>3</sup> Pentru funcțiile de conducere

## SFERA RELAȚIILOR ORGANIZAȚIONALE

Ierarhice:

subordonat față de: DIRECTOR DEPARTAMENT

superior pentru: -

Funcționale: cadre didactice, departamentele administrative, organizații studențești;

Reprezentare: -

Sfera relațională:

internă - cu cadre didactice, departamentele administrative, organizații studențești;

externă - cu reprezentanți ai organismelor partenere Departamentului/ Facultății/Universității de Vest din Timișoara.

## OBIECTIVELE SPECIFICE POSTULUI

Desfășurarea activităților didactice, de cercetare și a celor complementare, în concordanță cu misiunea și obiectivele Universității de Vest din Timișoara, urmărindu-se creșterea calității prestației didactice, a rigorii științifice, precum și perfecționarea pregătirii profesionale.

## ATRIBUȚII, RESPONSABILITĂȚI ȘI SARCINI SPECIFICE POSTULUI

A. Activități normate în statul de funcții – 16,00

I. Activități de predare, inclusiv pregătirea acestora

1. Cursuri aferente ciclului de studii universitare de licență – 6,5

2. Cursuri aferente ciclului de studii universitare de master – 1,5

3. Cursuri la forma studii academice postuniversitare

4. Cursuri la forma studii postuniversitare de specializare, inclusiv cursuri de pregătire pentru examenele de definitivat sau dobândirea de grad didactic organizate pentru profesorii din licee, gimnazii și pentru institutori

5. Cursuri de perfecționare postuniversitare, inclusiv cursuri de pregătire pentru examenele de definitivat sau dobândirea de grad didactic organizate pentru profesorii din licee, gimnazii și pentru institutori

6. Module de curs pentru formarea continuă
74. Cursuri la școlile de studii avansate (doctorate)
85. Cursuri organizate pentru pregătirea doctoranzilor
9. Alte cursuri (prelegeri) normate la forme moderne de învățământ universitar
II. Activități de seminar, proiecte de an, lucrări practice și de laborator (inclusiv pregătirea acestora)
1. Activități de seminar, complementare sau nu cursurilor enumerate la capitolul A.I., după caz, conform planului de învățământ
2. Îndrumarea realizării proiectelor de an, complementare sau nu cursurilor de la capitolul A.I., după caz, conform planului de învățământ
3. Lucrări practice și de laborator, conform cu planul de învățământ;
III. Îndrumarea (conducerea) proiectelor de finalizare a studiilor, a lucrărilor de licență și de absolvire ( disertație) – 4,00
IV. Îndrumarea (conducerea) de proiecte de absolvire, de lucrări de disertație sau de absolvire pentru toate formele de pregătire postuniversitară, prevăzute în planul de învățământ
V. Activitate de practică productivă sau practică pedagogică (inclusiv pregătirea acestora)
VI6. Îndrumarea doctoranzilor în stagiu (activitate normată) și în poststagiu
VII. Conducerea activităților didactice artistice sau sportive (inclusiv pregătirea acestora) <sup>7</sup> Cursuri de turism pentru studenți Cursuri sportive pentru studenți sau copiii angajaților Gimnastică aerobică Antrenamente cu echipe reprezentative (atletism, jocuri sportive) Îndrumarea loturilor sportive în timpul desfășurării competițiilor Organizarea de crosuri sau alte manifestări sportive de interes universitar sau național Îndrumarea formațiilor artistice de interes universitar

4 Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Scoala doctorală

5 Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Scoala doctorală

6 Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Scoala doctorală

7 În cazul facultăților de profil (Facultatea de Arte și Design, Facultatea de Educație Fizică și Sport, respectiv Facultatea de Muzică și Teatru)

Organizarea manifestărilor artistice

VIII. Activități de evaluare

Evaluare în cadrul pregătirii prin doctorat<sup>8</sup>:

Comisie concurs de admitere

Comisie examen de doctorat

Comisie susținere publică teza de doctorat, inclusiv de evaluare a tezei

Evaluare referat de doctorat (prin participare la comisia de îndrumare)

Evaluare în cadrul concursurilor de admitere la toate formele de învățământ (inclusiv postuniversitar, altele decât doctoratul):

Elaborare tematică și bibliografie

Comisie redactare subiecte

Comisie examinare orală

Comisie corectură teze

Corectură teste

Comisie supracorectură

Comisie contestații

Comisie concurs de admitere (organizare, modernizare)

Comisie supraveghere examen scris

Evaluarea în cadrul activităților didactice directe la toate formele de învățământ (curs, seminar, proiecte de an, proiecte (lucrări) de finalizare a studiilor, lucrări de laborator) inclusiv:

Evaluare și notare teme de casă/proiecte

Evaluare și notare examene parțiale

Evaluare și notare examen (test) final

Evaluare și notare teme (probleme) rezolvate acasă

Evaluare și activități complementare în cadrul comisiilor de finalizare a studiilor universitare sau postuniversitare

Elaborare tematică și bibliografie

<sup>8</sup> Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Școala doctorală



Comisie elaborare subiecte
Comisie examinare și notare
Comisie supraveghere probe scrise
Comisie corectură (supracorectură)
Comisie contestații
IX. Consultații (pentru toate formele conexe cursurilor de la capitolul A.I.)
X. Îndrumarea cercurilor științifice
XI. Alte activități – 2,00
XII. Admitere – 2,00
XIII. Activități privind promovarea cadrelor didactice din învățământul preuniversitar
Definitivatul
Elaborare programe și bibliografie
Îndrumare și consultanță de specialitate și pedagogică
Inspecție școlară specială pentru evaluarea de specialitate, metodică și pedagogică
Elaborarea subiectelor pentru probele scrise, supraveghere, corectare și notare
Elaborarea subiectelor pentru probele orale, examinare și notare (comisie)
Organizare examen
Gradul didactic II
Elaborare programe și bibliografie
Consultanță și îndrumare (minimum două inspecții)
Inspecție școlară specială pentru evaluarea de specialitate, metodică și pedagogică
Elaborarea subiectelor pentru testul de specialitate și metodică specialității
Supraveghere teză, corectare și notare
Elaborarea subiectelor pentru proba orală, examinare și notare
Gradul didactic I
Elaborare tematică, elaborare subiecte, examinare și notare în cadrul colocviului de admitere
Îndrumare (minimum două inspecții)
Inspecție școlară specială pentru evaluarea de specialitate, metodică și pedagogică
Îndrumarea și evaluarea lucrării metodică-științifice

Participare la comisia pentru susținerea lucrării de grad (evaluare și notare)
Concurs pentru ocuparea posturilor vacante
Elaborarea tematicii și a bibliografiei
Comisie susținere examen
Comisie contestații
Comisie organizare concurs
Comisie supraveghere probe scrise
<b>XIV. Activități privind pregătirea și promovarea cadrelor didactice din învățământul superior</b>
Concurs pentru ocuparea unui post de asistent universitar
Îndrumare metodică și științifică
Elaborare tematică și bibliografie
Elaborarea subiectelor pentru probele scrise, supraveghere teză, corectare și notare
Elaborarea subiectelor pentru probele orale, examinare și notare
Participare la proba practică și evaluare
Concurs pentru ocuparea unui post de lector universitar (șef de lucrări)
Îndrumare metodică și științifică
Verificare dosar de concurs
Stabilire temă prelegere
Participare la prelegere publică
Evaluare
Concurs pentru ocuparea unui post de conferențiar universitar sau profesor universitar
Analiză de dosar
Stabilire temă prelegere
Participare la prelegerea publică
Evaluare
<b>B. Activități de pregătire științifică și metodică și alte activități în interesul învățământului – 12,00</b>
<b>I. Pregătire individuală (autoperfecționare) – 4,00</b>

II. Audierea unor cursuri sau parcurgerea unor module de curs. Parcurgerea completă a formelor postuniversitare de învățământ în domeniul de activitate sau într-unul complementar
III. Participarea la conferințe, simpozioane, congrese ș.a., organizate în domeniul de activitate principal sau în domenii interdisciplinare – 6,00
IV. Organizarea de congrese ș.a., în domeniul de activitate sau în domenii colaterale (complementare) – 2,00
V. Înființarea, amenajarea și modernizarea laboratoarelor, a stațiilor-pilot, a centrelor de excelență (cercetare), a aparaturii de laborator ș.a.
VI. Organizarea de schimburi academice între diferite universități din țară și din străinătate
VII. Participarea la programele internaționale la care România este parte
VIII. Perfecționarea propriei pregătiri pedagogice
IX. Elaborarea de manuale, îndrumare, culegeri de probleme și de teste și a altor materiale didactice
C. Activități de cercetare științifică, de dezvoltare tehnologică, activități de proiectare, de creație artistică potrivit specificului – 12,00
I. Activități prevăzute în planul intern – 4,00
II. Activități în cadrul centrelor de cercetare din cadrul UVT – 3,00
III. Activități în cadrul centrelor de transfer tehnologic
IV. Elaborarea individuală de inovare sau invenție prevăzute în planul intern
V. Documentare privind oportunitățile de finanțare pentru proiecte de cercetare – 2,00
VI. Elaborarea tratatelor, a monografiilor și a cărților de specialitate prevăzute în planul intern – 3,00

#### ALTE SARCINI ȘI RESPONSABILITĂȚI

Atribuții pe linie managerială și a celor cu privire la sistemul de control managerial intern, așa cum sunt ele stipulate în reglementările interne ale Universității de Vest din Timișoara în ceea ce privește dezvoltarea sistemului de control intern managerial.

Respectarea prevederilor Cartei, Regulamentelor și celorlalte reglementări interne în vigoare în Universitatea de Vest din Timișoara;

Respectarea obligațiilor privind prevenirea și protecția în domeniul securității și sănătății în muncă, prevenirea și apărarea împotriva incendiilor, așa cum sunt ele stabilite prin legislația din domeniu;

Participarea, la solicitarea Directorului de Departament/Decanului, la alte activități în interesul instituției;

Răspunde în termen la solicitările de ordin administrativ, punând la dispoziția persoanelor responsabile, documentele, datele și informațiile solicitate, legate de activitățile în care acesta este implicat.

Verificarea zilnică (cu excepția vacanțelor și a concediului legal) a corespondenței electronice sosite pe adresa instituțională de e-mail.

În temeiul prevederilor art.39. alin. (2), lit.e) din Codul Muncii- republicat și a art.39. din Hotărârea nr. 355/2007 privind supravegherea sănătății lucrătorilor, salariatul este obligat să se prezinte la examenele medicale de supraveghere a sănătății la locul de muncă, conform planificării efectuate de către medicul de medicina muncii cu acordul angajatorului.

Realizarea sarcinilor de ordin administrativ reglementate la nivelul universității sau atribuite de șeful ierarhic superior; legate de specificul postului cu respectarea repartizării echitabile a sarcinilor între posturi;

– se pot detalia alte sarcini, atribuții, responsabilități, obiective și/sau termene stabilite nominal de către șeful ierarhic superior;

## RESPONSABILITĂȚI PRIVIND PROTECȚIA ÎN DOMENIUL SECURITĂȚII ȘI SĂNĂTĂȚII ÎN MUNCĂ

În realizarea sarcinilor de serviciu are obligația de a respecta Normele de Tehnica Securității și Sănătății Muncii și P.S.I.;

Trebuie să își desfășoare activitatea, în conformitate cu pregătirea și instruirea sa, precum și cu instrucțiunile primite din partea șefului ierarhic superior astfel încât să nu expună la pericol de

accidentare sau îmbolnăvire profesională atât propria persoană, cât și alte persoane care pot fi afectate de acțiunile sau omisiunile sale în timpul procesului de muncă;

Să utilizeze corect mașinile, aparatura, uneltele, substanțele periculoase, echipamentele de transport și alte mijloace de producție;

Să utilizeze corect echipamentul individual de protecție acordat și, după utilizare, să îl înapoieze sau să îl pună la locul destinat pentru păstrare;

Să nu procedeze la scoaterea din funcțiune, la modificarea, schimbarea sau înlăturarea arbitrară a dispozitivelor de securitate proprii, în special ale mașinilor, aparaturii, uneltelor, instalațiilor tehnice și clădirilor, și să utilizeze corect aceste dispozitive;

Să comunice imediat șefului ierarhic superior și/sau lucrătorilor desemnați orice situație de muncă despre care au motive întemeiate să o considere un pericol pentru securitate și sănătate, precum și orice deficiență a sistemelor de protecție;

Să aducă la cunoștință șefului ierarhic superior accidentele suferite de propria persoană;

Să coopereze cu angajatorul și/sau cu lucrătorii desemnați, atât timp cât este necesar, pentru a face posibilă realizarea oricăror măsuri sau cerințe dispuse de către inspectorii de muncă și inspectorii sanitari, pentru protecția sănătății și securității lucrătorilor;

Să coopereze, atât timp cât este necesar, cu angajatorul și/sau cu lucrătorii desemnați, pentru a permite angajatorului să se asigure că mediul de muncă și condițiile de lucru sunt sigure și fără riscuri pentru securitate și sănătate, în domeniul său de activitate;

Să își însușească și să respecte prevederile legislației din domeniul securității și sănătății în muncă și măsurile de aplicare a acestora;

Să dea relațiile solicitate de către inspectorii de muncă și inspectorii sanitari.

## VIII. DELEGAREA

Delegarea atribuțiilor aferente postului se face doar temporar, cu respectarea reglementărilor interne privind redistribuirea sarcinilor de serviciu în caz de absență a unui angajat, cu aprobarea scrisă a Directorului de departament, nominalizându-se persoana înlocuitoare.

## IX. EVALUAREA PERFORMANȚELOR

Performanța cadrelor didactice se evaluează pe baza componentelor prevăzute în Manualul calității (evaluarea activității didactice făcută de studenți, evaluarea colegială, evaluarea ierarhică, autoevaluare), precum și în concordanță cu indicatorii prevăzuți în strategiile de învățământ și cercetare elaborate la nivel instituțional și cu cei folosiți în evaluările la nivel național, obiectivul de performanță fiind „Bine”.

Activitățile prevăzute la punctul V (A) sunt normate în conformitate cu statele de funcții aprobate, în speță cu poziția aferentă postului ocupat.

Ponderea, cuantificarea și numărul de ore alocate activităților prevăzute la punctul V (A,B și C) și VI se pot modifica, fiind propuse de directorii de departament, avizate de consiliul facultății și aprobate de senatul universității, anual cu respectarea legilor în vigoare, inclusiv al Legii nr. 1/2011.

Angajatului îi revine obligația să realizeze activitățile prevăzute la punctul V, în conformitate cu clauza art.287, alin . 22 din Legea 1/2011 precum și cu clauza “durata muncii” din contractul individual de muncă, adică suma totală a orelor de muncă, realizată prin cumularea ponderilor activităților, este de 40 ore pe săptămână.

Ponderea individuală a activităților care nu sunt prevăzute în statele de funcții poate varia de la o lună la alta, pontajul/borderoul de prezență fiind verificat și avizat de către directorul de departament.

Nu fac obiectul normării activitățile, inclusiv cele de cercetare științifică, finanțate și angajate pe bază de contract cu alți beneficiari decât Ministerul Educației Naționale, Cercetării Științifice sau instituțiile de învățământ aflate în subordinea sa, sau prevăzute expres în fișele de post aferente altor contracte individuale de muncă încheiate de angajat cu Universitatea de Vest din Timișoara.

Aceasta fișa de post nu include activitățile și responsabilitățile aferente funcțiilor didactice de conducere.

Director Departament

Lect.univ.dr. Ioana Vid

Semnatura \_\_\_\_\_

Decan Facultate

Lect.univ.dr. Alexandru Jădăneanț

Semnatura \_\_\_\_\_

Director Resurse Umane

ALDEA Bogdan

Semnatura \_\_\_\_\_

Titular post

Semnatura \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

### FIȘA DISCIPLINEI

#### 1. Date despre program

1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării
1.3 Departamentul	Departamentul de Științe ale comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Mass-media și relații publice. Tehnici de redactare și comunicare

#### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Communicating Europe</i>						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Ob.

#### 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	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					40
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					20
Examinări					10
Alte activități					14
3.7 Total ore studiu individual	<b>144</b>				
3.8 Total ore pe semestru	<b>200</b>				
3.9 Numărul de credite	<b>8</b>				

#### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mijloace materiale: sală de curs, videoproiector, laptop, conexiune la internet, tablă, platforma Google Classroom și Google meet.</li> <li>• Managementul Grupului: telefoanele mobile pe modul silent; Se face prezența la începutul fiecărui curs; Studenții vor avea camera video pornită.</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de seminar, videoproiector, laptop, internet, tablă, platforma Google Classroom și Google Meet.</li> <li>• Managementul Grupului: telefoanele mobile pe modul silent; Se face prezența la începutul fiecărui seminar; Studenții vor avea camera video pornită Bibliografia de seminar va fi împărțită între studenți spre lectură pentru fiecare seminar în parte - lectura este asumată de studenți pe bază de înscriere la titularul de seminar. .</li> </ul>

**6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei**

Cunoștințe	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizarea corectă a noțiunilor și conceptelor specifice disciplinei</li> <li>2. Înțelegerea și explicarea conceptelor înrudite</li> <li>3. Identificarea temelor specifice disciplinei</li> </ol>
Abilități	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicarea cunoștințelor teoretice la situații concrete;</li> <li>2. Înțelegerea și explicarea dinamicii UE;</li> <li>3. Analizarea imaginii UE prin punerea în relație cu mediul intern și cel extern;</li> <li>4. Familiarizarea studenților cu noțiuni depre UE și comunicarea specifică a acesteia;</li> <li>5. Antrenarea abilităților creative pentru perfecționarea profesională;</li> <li>6. Respectarea codurilor etice și profesionale din domeniul comunicării.</li> </ol>
Responsabilitate și autonomie	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gândire analitică și critică, raportată la situații concrete de comunicare în UE;</li> <li>2. Angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane-instituții cu responsabilități similare</li> <li>3. Deprinderea unor abilități de consiliere pe probleme de comunicare;</li> <li>4. Respectarea unor termene de predare.</li> <li>5. Folosirea unor limbi străine.</li> <li>6. Aplicarea unor principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale.</li> </ol>

## 7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Instituțiile Uniunii Europene	Prelegere Dialog Dezbateri	4h Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea de răspunsuri la întrebări referitoare la cunoștințe anterioare. GoogleClassroom
2. Tratatul Uniunii Europene	Prelegerea, conversația, exemplificarea, problematizarea.	4h GoogleClassroom
3. Parteneriat pentru comunicarea privind Europa	Prelegerea, conversația, exemplificarea, problematizare studiul de caz.	2h GoogleClassroom
4. Elementele de bază ale organizațiilor și instituțiilor europene	Prelegerea, conversația, exemplificarea, Problematizarea, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
5. Principii de bază ale jurnalismului european	Prelegerea, conversația, exemplificarea, Problematizarea, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
6. Comunicarea în UE	Prelegerea, conversația, exemplificarea, Problematizarea, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
7. Imaginea UE în România	Prelegerea, conversația, exemplificarea, Problematizarea, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
8. Imaginea României în UE	Prelegerea, conversația, exemplificarea, problematizarea, brainstorming, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
9. Atitudinea mass-media față de dezvoltarea și activitățile instituțiilor europene	Prelegerea, conversația, exemplificarea, problematizarea, brainstorming, studiul de caz.	4h GoogleClassroom

10. Contribuția organizațiilor societății civile la comunicare în UE	Prelegerea, conversația, exemplificarea, problematizarea, brainstorming, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
11. Fake news în UE	Prelegerea, conversația, exemplificarea, problematizarea, brainstorming, studiul de caz.	2h GoogleClassroom
<p><b>Bibliografie:</b>  <a href="https://ec.europa.eu/info/eu-regional-and-urban-development/topics/cities-and-urban-development_ro">https://ec.europa.eu/info/eu-regional-and-urban-development/topics/cities-and-urban-development_ro</a>  <a href="http://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/144/politica-de-comunicare">http://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/144/politica-de-comunicare</a>  <a href="https://europa.eu/european-union/index_ro">https://europa.eu/european-union/index_ro</a>  <a href="https://europa.eu/european-union/about-eu/countries_ro">https://europa.eu/european-union/about-eu/countries_ro</a>  <a href="https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols_ro">https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols_ro</a>  <a href="https://europa.eu/european-union/about-eu/history_ro">https://europa.eu/european-union/about-eu/history_ro</a>            Bărbulescu, Iordan, <i>Noua Europă</i>, Iași, Editura Polirom, 2015.            Cini, Michelle. <i>European Union Politics</i>, Oxford University Press, 2010.            European Commission, <i>How the European Union Works. Your guide to the EU Institutions</i>, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2007.            Florescu, Gabriela, <i>Tratatul Uniunii Europene</i>, București, Editura Rosetti International, 2015.            Fontaine, Pascal, <i>12 lecții despre Europa</i>, Direcția generală comunicare (Comisia Europeană)            Sauron, Jean-Luc. <i>Curs de instituții europene: puzzle-ul European</i>, Iași, Polirom, 2010.  <i>Tratatul de la Lisabona (Uniunea Europeană. Versiune Consolidată a Tratatului privind Uniunea Europeană și a Tratatului privind Funcționarea Uniunii Europene)</i>, Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, C 83 din 30 martie 2010.</p>		
<b>7.2 Seminar / laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații/nr. ore</b>
1. Problema migrației în UE	Dialog Joc de rol Dezbateri Brainstorming	2 h GoogleClassroom
2. Imaginea romilor în UE	Prelegerea participativă, Dezbaterea, Problematizarea	2 h GoogleClassroom

3. UE și războiul din Ucraina	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative.	2h GoogleClassroom
4. Imaginea României în UE	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Joc de rol Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	2h GoogleClassroom
5. Imaginea UE în România	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz.	2h GoogleClassroom
6. Brexit-ul și consecințele sale asupra UE	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz.	2h GoogleClassroom
7. Implicarea cetățenilor în UE	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	2h GoogleClassroom
8. Opinia publică europeană	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	2h GoogleClassroom
9. Mass-media și instituțiile UE	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	4h GoogleClassroom
10. Fake news în UE	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	2h GoogleClassroom
11. Pandemia de coronavirus și UE	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	2h GoogleClassroom
12. Prezentarea proiectelor finale ale studenților	Dezbateri interactive și aplicații activparticipative. Prezentări ale studenților și analiză studii de caz	4h GoogleClassroom
Bibliografie:		

[https://ec.europa.eu/info/eu-regional-and-urban-development/topics/cities-and-urban-development\\_ro](https://ec.europa.eu/info/eu-regional-and-urban-development/topics/cities-and-urban-development_ro)

<http://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/144/politica-de-comunicare>

[https://europa.eu/european-union/index\\_ro](https://europa.eu/european-union/index_ro)

[https://europa.eu/european-union/about-eu/countries\\_ro](https://europa.eu/european-union/about-eu/countries_ro)

[https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols\\_ro](https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols_ro)

[https://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_ro](https://europa.eu/european-union/about-eu/history_ro)

Bărbulescu, Iordan, Noua Europă, Iași, Editura Polirom, 2015.

Cini, Michelle. European Union Politics, Oxford University Press, 2010.

European Commission, How the European Union Works. Your guide to the EU Institutions, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2007.

Florescu, Gabriela, Tratatul Uniunii Europene, București, Editura Rosetti International, 2015.

Fontaine, Pascal, 12 lecții despre Europa, Direcția generală comunicare (Comisia Europeană)

Sauron, Jean-Luc. Curs de instituții europene: puzzle-ul European, Iași, Polirom, 2010.

Tratatul de la Lisabona (Uniunea Europeană. Versiune Consolidată a Tratatului privind Uniunea Europeană și a Tratatului privind Funcționarea Uniunii Europene), Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, C 83 din 30 martie 2010.

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

- Conținuturile disciplinei au fost elaborate în acord cu cele mai recente abordări din domeniu și având în vedere cerințele actuale ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

#### 9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs		Test grilă din materia predată	50%
9.5 Seminar / laborator	Intervenții la seminar  Lucrare practică realizată	Testare continuă pe parcursul semestrului Evaluare proiecte individuale.	50%
9.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dovada înțelegerii terminologiei și metodelor de bază specifice disciplinei</li> <li>• Nota minimă de promovare este 5 (cinci).</li> <li>• Nota obținută la această disciplină are pondere 50% pentru curs și 50% pentru seminar.</li> <li>• Prezența minimă obligatorie este de 75% din numărul total de prezențe, la seminar și 50% din numărul total de prezențe, la curs, pe semestru.</li> <li>• Prezentarea la re-examinare depinde exclusiv de realizarea proiectului de seminar (respectiv</li> </ul>			

realizarea temelor) și promovarea seminarului cu minim nota 5.

9.7 Standard pentru nota 10

- Este important ca studentul să demonstreze o înțelegere profundă și aplicată a fiecărui subiect.
- Participare activă și constructivă la discuții și seminare, aducând contribuții relevante.
- Analizează strategiile de comunicare în Uniunea Europeană și modul în care țările membre interacționează. Include studii de caz.
- Demonstrează abilități critice și analitice în evaluarea și aplicarea conceptelor discutate.

Data completării

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării
1.3 Departamentul	Departamentul de Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Media digitală

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Genuri și formate în media digitală						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	OB

### 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	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					25
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					23
Tutoriat					8
Examinări					12
Alte activități					6
3.7 Total ore studiu individual	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calculatoare, internet, sală cu videoproiector</li> <li>• Platforma Google Classroom va fi folosită pt a încărca materiale și a preda teme obligatorii.</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calculatoare, internet, sală cu videoproiector</li> <li>• Platforma Google Classroom va fi folosită pt a încărca materiale și a preda teme obligatorii. Managementul grupului: telefoanele mobile pe modul silent; Se face prezența la începutul fiecărui seminar.</li> </ul>

**6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei**

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea unor noțiuni teoretice de bază în domeniul științelor comunicării.</li> <li>• Identificarea unor moduri specifice de comunicare în domeniul mediilor digitale.</li> <li>• Folosirea corectă a limbii române, oral și în scris.</li> <li>• Înțelegerea serviciilor de agregare, publicare și distribuire de conținuturi în mediul online</li> </ul>
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pregătirea și realizarea unor materiale specifice domeniului comunicării și al mediilor digitale.</li> <li>• Aplicarea unor tehnici specifice de comunicare în mediul digital și în domenii conexe.</li> <li>• Respectarea codurilor etice și profesionale din domeniul comunicării și mediei digitale.</li> <li>• Participarea în echipe de profil sau coordonarea lor.</li> <li>• Folosirea unor mijloace tehnice specifice pentru realizarea unor materiale specifice mediilor digitale (aparatură audio-video, software specializat în prelucrarea imaginii și sunetului, aplicații în social media, consultarea bazelor de date, realitate imersivă ș.a.).</li> </ul>
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gândire analitică și critică, raportată la interpretarea unor evenimente curente.</li> <li>• Separarea informațiilor corecte de cele false.</li> <li>• Respectarea unor termene de predare.</li> <li>• Folosirea unor limbi străine.</li> <li>• Aplicarea unor principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale.</li> </ul>

**7. Conținuturi**



8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea noilor media	Explicație Aplicație practică Discuție	
2. Tipuri de conținut	Explicație Aplicație practică Discuție	
3. Conținuturi multimedia	Explicație Aplicație practică Discuție	
4. Crearea și publicarea de informații în mediul digital	Explicație Aplicație practică Discuție	
5. Titrarea în mediul online	Explicație Aplicație practică Discuție	
6. Platforme de distribuție și promovare a conținutului în mediul online - social media. Jurnalism cetățenesc	Explicație Aplicație practică Discuție	
7. Inovație și antreprenoriat în mediul online	Explicație Aplicație practică Discuție	
8. Social media - adaptarea publicațiilor clasice la cerințele social media	Explicație Aplicație practică Discuție	
9. Blogging și vlogging	Explicație Aplicație practică Discuție	
10. Galeria media - importanța fotografiei în online.	Explicație Aplicație practică Discuție	
11. Formate ale conținutului publicat în mediul digital: text, infografice și elemente interactive	Explicație Aplicație practică Discuție	
12. Formate ale conținutului publicat în mediul digital: video - web documentarul, fenomenul Youtube	Explicație Aplicație practică Discuție	
13. WEB TV – televiziune online	Explicație Aplicație practică Discuție	
14. Formate ale conținutului publicat în mediul digital: audio (Podcast).	Explicație Aplicație practică Discuție	

**Bibliografie :**

1. Allan, Stuart. Online news: Journalism and the Internet. McGraw-Hill Education (UK), 2006.
2. Bradshaw, Paul. "Online Journalism: The Essential Guide." Digital Journalism ahead-of-print (2014): 1-2.
3. Bradshaw, Paul, The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age. Routledge, 2023.
4. Deuze, M., The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online, New Media and Society, 2003
5. Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Mass media si societatea, București, ed. Comunicare.ro, 2003.
6. Dominick, Joseph R., Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală, comunicare.ro, Bucurest, 2009
7. Drulă, G., Media interactivă. Aspecte de design și producție pentru Web. Ed C.H. Beck., 2014
8. Levinson, P., Marshall McLuhan – În era digitală, Ed. Antet, 2001.
9. Monaghan, Garrett, and Sean Tunney. Web journalism: a new form of citizenship? Sussex Academic Press, 2010.
10. Rotaru, I., Comunicarea virtuală, Ed. Tritonic, Bucurest, 2010.
11. Tapscott, Don, Crescuți digital, Ed. Publica, 2009
12. Wolton, D., Internetul. O teorie critică a noilor media, Ed. Comunicare.ro, Bucurest, 2012.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere în sistemul new media	Analiză, exemplificare, aplicații practice	
2. Tipuri de conținut	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
3. Conținuturi multimedia	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
4. Crearea și publicarea de informații în mediul digital	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
5. Titarea în mediul online	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
6. Platforme de distribuție și promovare a conținutului in mediul online - social media. Jurnalism cetățenesc	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
7. Inovație și antreprenoriat în mediul online	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
8. Social media - adaptarea publicațiilor clasice la cerințele social media	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
9. Blogging și vlogging	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	

10.	Galeria media - importanța fotografiei în online.	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
11.	Formate ale conținutului publicat în mediul digital: text, infografice și elemente interactive	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
12.	Formate ale conținutului publicat în mediul digital: video - web documentarul, fenomenul Youtube	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
13.	WEB TV – televiziune online	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
14.	Formate ale conținutului publicat în mediul digital: audio	Analiză, aplicații și exerciții interactive, lucru de echipă	
<p><b>Bibliografie :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Allan, Stuart. Online news: Journalism and the Internet. McGraw-Hill Education (UK), 2006.</li> <li>Bradshaw, Paul. "Online Journalism: The Essential Guide." Digital Journalism ahead-of-print (2014): 1-2.</li> <li>Bradshaw, Paul, The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age. Routledge, 2023.</li> <li>Deuze, M., The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online, New Media and Society, 2003</li> <li>Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Mass media si societatea, București, ed. Comunicare.ro, 2003.</li> <li>Dominick, Joseph R., Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală, comunicare.ro, Bucarest, 2009</li> <li>Drulă, G., Media interactivă. Aspecte de design și producție pentru Web. Ed C.H. Beck., 2014</li> <li>Levinson, P., Marshall McLuhan – În era digitală, Ed. Antet, 2001.</li> <li>Monaghan, Garrett, and Sean Tunney. Web journalism: a new form of citizenship? Sussex Academic Press, 2010.</li> <li>Rotaru, I., Comunicarea virtuală, Ed. Tritonic, Bucarest, 2010.</li> <li>Tapscott, Don, Crescuți digital, Ed. Publica, 2009</li> <li>Wolton, D., Internetul. O teorie critică a noilor media, Ed. Comunicare.ro, Bucarest, 2012.</li> </ol>			

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

- Conținutul cursului încearcă să se adapteze cerințelor angajatorilor. Aceste cerințe sunt formulate la întâlnirile periodice cu reprezentanții asociațiilor profesionale.

**9. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------

10.4 Curs		Examen scris din materia predată.	50%
10.5 Seminar / laborator		Participare activa la seminare – studenții trebuie să se implice în discuțiile de seminar, să parcurgă bibliografia obligatorie și să rezolve proiectele solicitate.  Realizarea unui portofoliu de seminar pe teme abordate, dublată de prezentarea orală a acestuia într-o săptămână decisă împreună cu titularul seminarului.	50%
10.6 Standard minim de performanță (nota 5)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dovada înțelegerii terminologiei și metodelor de bază specifice disciplinei</li> <li>• Cunoștințe de bază despre conceptele fundamentale din genuri și formate în media digitală.</li> <li>• Capacitatea de a redacta structura unor formate în media digitală.</li> <li>• Nota obținută la această disciplină are pondere 50% pentru curs și 50% pentru seminar.</li> <li>• Prezența minimă obligatorie este de 80% din numărul total de prezențe, la seminar și 50% din numărul total de prezențe, la curs, pe semestru.</li> <li>• Prezentarea la re-examinare depinde exclusiv de realizarea proiectului de seminar (respectiv realizarea temelor) și promovarea seminarului cu minimum nota 5.</li> </ul>			
10.7 Standard pentru nota 10 (zece)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea aprofundată a conceptelor teoretice din domeniul media digitală.</li> <li>• Participare activă la cursuri și seminarii</li> <li>• Participare la minimum 80% din totalul întâlnirilor. Implicare activă în discuțiile și dezbaterile de la curs/seminar.</li> <li>• Realizarea unor mici prezentări sau contribuții de grup în cadrul întâlnirilor.</li> <li>• Realizarea unui proiect multimedia care să includă crearea și publicarea de conținut original în mediul digital, conform tematicii (ex.: un blog/vlog, o galerie foto online, un reportaj audio-video, un web-documentar sau un podcast).</li> <li>• Proiectul trebuie să demonstreze abilități tehnice (creare, editare, publicare). Inovația și creativitatea vor fi esențiale în evaluarea proiectului (ex.: găsirea unor soluții originale de distribuție sau crearea unor formate noi de conținut).</li> <li>• Examenul va consta într-o lucrare scrisă care va evalua cunoștințele teoretice dobândite pe parcursul cursului. Întrebările vor acoperi noțiuni precum: noile media, tipuri de conținut, formate multimedia, jurnalism cetățenesc, reguli de scriere pentru online, social media și inovație în mediul digital.</li> </ul>			

Data completării

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Științe Politice, Filosofie și Științe ale comunicării
1.3 Departamentul	Departamentul de Filosofie și Științe ale comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Produse audio-video în relații publice						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Exa- men	2.7 Regimul disciplinei	OPT

### 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	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					14
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					8
Examinări					5
Alte activități					4
3.7 Total ore studiu individual					58
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calculatoare, internet, Soft Adobe Premiere Pro, sală cu videoproiector</li> <li>• Google Classroom</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calculatoare, internet, Soft Adobe Premiere Pro, sală cu videoproiector</li> <li>• Google Classroom</li> </ul>

### 6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea unor noțiuni teoretice de bază în domeniul științelor comunicării.</li> <li>• Identificarea unor moduri specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice.</li> <li>• Legislație, etică și deontologie profesională.</li> <li>• Folosirea corectă a limbii române, oral și în scris.</li> </ul>
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pregătirea și realizarea unor materiale specifice domeniului comunicării și al relațiilor publice.</li> <li>• Aplicarea unor tehnici specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice și în domenii conexe.</li> <li>• Participarea în echipe de profil sau coordonarea lor.</li> <li>• Folosirea unor mijloace tehnice specifice pentru realizarea unor materiale de comunicare și relații publice (aparatură audio-video, software specializat în prelucrarea imaginii și sunetului, aplicații în social media, consultarea bazelor de date ș.a.).</li> </ul>
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gândire analitică și critică, raportată la interpretarea unor evenimente curente.</li> <li>• Separarea informațiilor corecte de cele false.</li> <li>• Respectarea unor termene de predare.</li> <li>• Folosirea unor limbi străine.</li> <li>• Aplicarea unor principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale.</li> </ul>

### 7. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Imaginea și capcanele ei	Explicație	

		Aplicație practică Discuție	
2.	Conținuturi multimedia	Explicație Aplicație practică Discuție	
3.	Combinăția mesaj video – mesaj audio	Explicație Aplicație practică Discuție	
4.	Dimensionarea unui produs audio-video	Explicație Aplicație practică Discuție	
5.	Suportul sonor al unui produs de PR audio-video	Explicație Aplicație practică Discuție	
6.	Producția video	Explicație Aplicație practică Discuție	
7.	Postproducția video. Programe de editare	Explicație Aplicație practică Discuție	
8.	Web TV – mijloc de comunicare internă	Explicație Aplicație practică Discuție	
9.	Rolul social media în RP. Materiale video specifice online.	Explicație Aplicație practică Discuție	
10.	Analiza unor produse de relații publice audio-video	Explicație Aplicație practică Discuție	
11.	Editarea conținutului video. Softuri de editare	Explicație Aplicație practică Discuție	
12.	Formate experimentale. Fenomenul Youtube	Explicație Aplicație practică Discuție	

13. Prezentare proiecte	Aplicație practică Discuție	
14. Prezentare proiecte	Aplicație practică Discuție	
<p><b>Bibliografie :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Delouise, A., Ottenritter, C., Nonfiction sound and story for film and video, Routledge, New York, 2020</li> <li>2. Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Mass media si societatea, București, ed. Comunicare.ro, 2003.</li> <li>3. Dominick, Joseph R., Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală, comunicare.ro, București, 2009</li> <li>4. Ionică, Lucian, Dicționar explicativ de televiziune, englez-român, Ed. Tritonic, București, 2005</li> <li>5. Levinson, P., Marshall McLuhan – În era digitală, Ed. Antet, 2001.</li> <li>6. Lull. James; Manipularea prin informație, ed.Antet, București</li> <li>7. Jouve, M. Comunicarea. Publicitate si relatii publice, Editura Polirom, Iasi, 2005</li> <li>8. Marcenac,L, Milon, A., Saint-Michel, S-H. Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media, Editura Polirom, Iasi ,2006</li> <li>9. Monaghan, Garrett, and Sean Tunney. Web journalism: a new form of citizenship? Sussex Academic Press, 2010.</li> <li>10. Nicola, M., Petre, D. Publicitatea, , Bucuresti, 2004, Comunicare. ro</li> <li>11. Rotaru, I., Comunicarea virtuală, Ed. Tritonic, București, 2010.</li> <li>12. Stavre, Ion, Comunicare audiovizuală, Ed. Tritonic, 2011.</li> <li>13. Tapscott, Don, Crescuți digital, Ed. Publica, 2009</li> <li>14. Volkoff, Vladimir; Tratat de dezinformare, ed. Antet, București</li> <li>15. Wolton, D., Internetul. O teorie critică a noilor media, Ed. Comunicare.ro, București, 2012.</li> </ol>		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Primii pași în crearea unui proiect audio-video în Adobe Premiere. Familiarizarea cu interfața programului	Exerciții practice	
2. Importarea și organizarea conținutului în Adobe Premiere. Crearea de secvențe.	Exerciții practice	
3. Elemente de bază de editare a conținutului video în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
4. Elemente de bază de editare a conținutului video în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
5. Elemente de bază de editare a conținutului audio în Adobe Premiere	Exerciții practice	



6. Adăugarea de elemente grafice suplimentare în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
7. Prezentarea proiectelor finale	Discuții, Feedback	
<p><b>Bibliografie :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Delouise, A., Ottenritter, C., Nonfiction sound and story for film and video, Routledge, New York, 2020</li> <li>2. Dominick, Joseph R., <i>Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală</i>, comunicare.ro, București, 2009</li> <li>3. Marcenac, L., Milon, A., Saint-Michel, S-H. <i>Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media</i>, Editura Polirom, Iasi, 2006</li> <li>4. Tapscott, Don, <i>Crescuți digital</i>, Ed. Publica, 2009</li> <li>5. Horea Murgu, Ovidiu Drugă, <i>Elemente de gramatică a limbajului audio-vizual</i></li> <li>6. John Rosenberg, <i>The Healthy Edit: Creative Editing Techniques for Perfecting Your Movie</i>, 2011</li> <li>7. Thomas Richter, <i>The 30-Second Storyteller: The Art and Business of Directing Commercials</i>, 2007.</li> </ol> <p><a href="#">Premiere Pro tutorials   Learn how to use Premiere Pro (adobe.com)</a></p>		

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

Conținuturile disciplinei au fost elaborate în acord cu cele mai recente abordări din domeniu și având în vedere cerințele actuale ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

**9. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		Examen oral – prezentare proiecte și verificarea cunoștințelor teoretice.	50%
10.5 Seminar / laborator	Intervenții la seminar  Lucrare practică realizată	Testare continuă pe parcursul semestrului Evaluare proiect individual.	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dovada înțelegerii terminologiei și metodelor de bază specifice disciplinei</li> <li>• Nota minimă de promovare este 5 (cinci).</li> <li>• Nota obținută la această disciplină are pondere 50% pentru curs și 50% pentru seminar.</li> <li>• Prezența minimă obligatorie este de 80% din numărul total de prezențe, la seminar și 50% din numărul total de prezențe, la curs, pe semestru.</li> </ul>			

- Prezentarea la re-examinare depinde exclusiv de realizarea proiectului de seminar (respectiv realizarea temelor) și promovarea seminarului cu minimum nota 5.
7. Standard pentru nota 10
- Cunoașterea aprofundată a tuturor aspectelor legate de producția și post-producția unor materiale de relații publice audio-video, capacitatea de a combina eficient mesajul video și cel audio, precum și pe înțelegerea profundă a fenomenului de relații publice audio-video.
  - Participare activă în discuții, propunerea de idei și implicare în activități practice (ex. discuții pe tema capcanelor imaginii sau rolului social media în relațiile publice).
  - Crearea unui proiect complex audio-video (de exemplu, un material de PR sau un videoclip pentru social media) care să demonstreze:
    - O utilizare eficientă și creativă a imaginilor și evitarea capcanelor în reprezentarea vizuală.
    - O combinație optimă între mesajul video și mesajul audio.
    - Un produs audio-video dimensionat corect (în funcție de specificul canalului de difuzare, publicul țintă și scopul PR).
  - Realizarea mai multor exerciții practice în care să fie utilizate diverse tehnici de editare și producție:
    - Crearea unor conținuturi multimedia (în care sunt integrate video, audio, imagini) cu scopuri diferite de PR.
    - Realizarea unor materiale pentru Web TV, cu scop de comunicare internă într-o organizație.
    - Analiza critică a unor produse de PR audio-video existente (materiale de relații publice create de diverse companii).
  - Examenul final va evalua înțelegerea conceptelor teoretice discutate în curs: capcanele imaginii și manipularea vizuală; combinația mesaj video – mesaj audio și importanța sincronizării acestora în comunicare; rolul social media și al fenomenului YouTube în relațiile publice contemporane; programe de editare video și audio utilizate în post producție etc.

Data completării

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării
1.3 Departamentul	Departamentul de Științe ale comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Publicitate/Specialist în publicitate și marketing; copywriter publicitate; referent de specialitate marketing; Art director publicitate, brand manager; mediaplanner; organizator targuri și expoziții; prezentator expoziții; mediaplanner; organizator protocol; manager de produs; formator; organizator/conceptor/consultant formare; profesor în învățământul gimnazial - științe socio-umane și ale comunicării; auditor responsabilitate socială; Organizatori de conferințe și evenimente; Sef birou reclama publicitara.

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Reclame audio-video						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	OB

### 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	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					18
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					5
Examinări					5
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					58

3.8 Total ore pe semestru	100
3.9 Numărul de credite	4

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

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoștințe asociate disciplinelor: Introducere în publicitate, Campania de publicitate, Publicitate online</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea conceptelor și principiilor fundamentale specifice publicității</li> <li>Aplicarea fundamentelor științelor comunicării</li> </ul>

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

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculatoare, internet, Soft Adobe Premiere Pro, sală cu videoprojector Google Classroom</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculatoare, internet, Soft Adobe Premiere Pro, sală cu videoprojector Google Classroom</li> </ul>

#### 6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Să definească principalele concepte specifice domeniului, să le utilizeze alături de terminologia de specialitate în situații multiple.</li> <li>Să identifice conceptele și metodele adecvate pentru dezvoltarea unui produs/campanii publicitare.</li> <li>Să utilizeze concepte specifice privind dezvoltarea unor produse/campanii publicitare cum sunt poziționarea, planificarea strategică în publicitate etc.</li> </ul>
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> <li>Să utilizeze tehnologiile adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.</li> <li>Să dezvolte și să implementeze idei creative publicitare.</li> <li>Să elaboreze produse / campanii publicitare în condiții prestabilite.</li> <li>Să adapteze instrumente tehnice și strategice de publicitate ținând cont de deontologie și responsabilitate socială.</li> </ul>
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Să execute responsabil sarcinile profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată.</li> <li>Să se familiarizeze cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate.</li> <li>Să conștientizeze nevoia de formare continuă.</li> <li>Să utilizeze eficient și sustenabil resursele și tehnicile de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională.</li> </ul>

--	--

## 7. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Imaginea și capcanele ei	Explicație Aplicație practică Discuție	
Combinăția mesaj video – mesaj audio	Explicație Aplicație practică Discuție	
Suportul sonor al unui produs audio-video	Explicație Aplicație practică Discuție	
Producția și postproducția video. Unghiuri și planuri de filmare. Programe de editare	Explicație Aplicație practică Discuție	
Editarea materialelor audio-video cu ajutorul Adobe Premiere Pro	Explicație Aplicație practică Discuție	
Campanii publicitare interactive	Explicație Aplicație practică Discuție	
Analiza unor campanii publicitare audio-video	Explicație Aplicație practică Discuție	
<b>Bibliografie :</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Delouise, A., Ottenritter, C., Nonfiction sound and story for film and video, Routledge, New York, 2020</li> <li>2. Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Mass media si societatea, București, ed. Comunicare.ro, 2003.</li> <li>3. Dominick, Joseph R., Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală, comunicare.ro, București, 2009</li> <li>4. Ionică, Lucian, Dicționar explicativ de televiziune, englez-român, Ed. Tritonic, București, 2005</li> <li>5. Levinson, P., Marshall McLuhan – În era digitală, Ed. Antet, 2001.</li> <li>6. Lull. James; Manipularea prin informație, ed.Antet, București</li> <li>7. Jouve, M. Comunicarea. Publicitate si relatii publice, Editura Polirom, Iasi, 2005</li> <li>8. Marcenac,L, Milon, A., Saint-Michel, S-H. Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media, Editura Polirom, Iasi ,2006</li> <li>9. Monaghan, Garrett, and Sean Tunney. Web journalism: a new form of citizenship? Sussex Academic Press, 2010.</li> <li>10. Nicola, M., Petre, D. Publicitatea, , Bucuresti, 2004, Comunicare. ro</li> </ol>		

<p>11. Rotaru, I., Comunicarea virtuală, Ed. Tritonic, București, 2010.          12. Stavre, Ion, Comunicare audiovizuală, Ed. Tritonic, 2011.          13. Tapscott, Don, Crescuți digital, Ed. Publica, 2009          14. Volkoff, Vladimir; Tratat de dezinformare, ed. Antet, București          15. Wolton, D., Internetul. O teorie critică a noilor media, Ed. Comunicare.ro, București, 2012.</p>		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Primii pași în crearea unei reclame audio-video. Brieful de creație	Exerciții practice	
Definirea conceptului și mesajului unei reclame audio-video.	Exerciții practice	
Redactarea scriptului: norme și stiluri specifice.	Exerciții practice	
Unghiuri și planuri de filmare.	Exerciții practice	
Organizarea conținutului audio-video în Adobe Premiere. Tool-uri de bază în timeline.	Exerciții practice	
Definirea și crearea de secvențe. Tranziții.	Exerciții practice	
Elemente de bază de editare a conținutului video în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
Elemente de bază de editare a conținutului audio în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
Adăugarea de elemente grafice suplimentare în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
Adăugarea de text în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
Salvarea și exportarea proiectelor audio-video realizate în Adobe Premiere.	Exerciții practice	
Prezentarea proiectelor aflate în lucru.	Feedback Discuții	
Evaluare proiecte finale	Feedback Discuții	
Evaluare proiecte finale	Feedback Discuții	
<p><b>Bibliografie :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Delouise, A., Ottenritter, C., Nonfiction sound and story for film and video, Routledge, New York, 2020</li> <li>2. Dominick, Joseph R., <i>Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală</i>, comunicare.ro, București, 2009</li> <li>3. Marcenac, L., Milon, A., Saint-Michel, S-H. <i>Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media</i>, Editura Polirom, Iasi, 2006</li> <li>4. Tapscott, Don, <i>Crescuți digital</i>, Ed. Publica, 2009</li> <li>5. Horea Murgu, Ovidiu Drugă, <i>Elemente de gramatică a limbajului audio-vizual</i></li> <li>6. John Rosenberg, <i>The Healthy Edit: Creative Editing Techniques for Perfecting Your Movie</i>, 2011</li> <li>7. Thomas Richter, <i>The 30-Second Storyteller: The Art and Business of Directing Commercials</i>, 2007.</li> <li>8. <a href="#">Premiere Pro tutorials   Learn how to use Premiere Pro (adobe.com)</a></li> </ol>		

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

- Conținutul cursului încearcă să se adapteze cerințelor angajatorilor. Aceste cerințe sunt formulate la întâlnirile periodice cu reprezentanții asociațiilor profesionale.

**9. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		Examen oral din materia predată.	50%
10.5 Seminar / laborator		Participare activa la seminare – studenții trebuie să se implice în discuțiile de seminar și să rezolve proiectele solicitate.  Realizarea unei reclame audio-video, dublată de prezentarea orală a acesteia într-o săptămână decisă împreună cu titularul seminarului.	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dovada înțelegerii terminologiei și metodelor de bază specifice disciplinei</li> <li>• Nota minimă de promovare este 5 (cinci).</li> <li>• Nota obținută la această disciplină are pondere 50% pentru curs și 50% pentru seminar.</li> <li>• Prezența minimă obligatorie este de 80% din numărul total de prezențe, la seminar și 50% din numărul total de prezențe, la curs, pe semestru.</li> <li>• Prezentarea la re-examinare depinde exclusiv de realizarea proiectului de seminar (respectiv realizarea temelor) și promovarea seminarului cu minimum nota 5.</li> </ul>			

Data completării

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament