

UVT2025-016230/07.03.2025

HOTĂRÂRE nr. 47/2024-2029 din 07.03.2025

Cu privire la avizarea referatului justificativ pentru organizarea examenului de promovare în carieră pentru postul de Conferențiar 8, din Statul de funcții al Departamentului de Științe ale Comunicării.

Emitent: Consiliului Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării

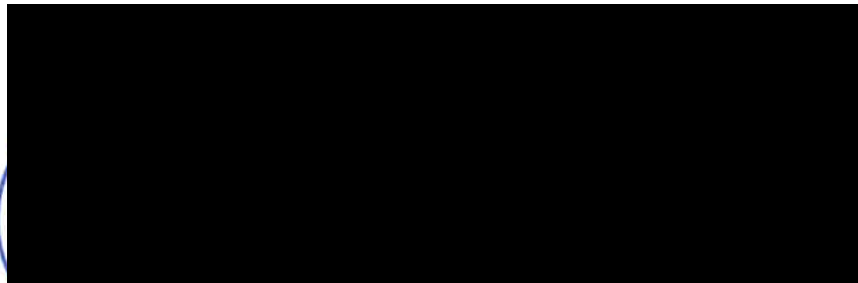
Consiliului Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării, întrunit în data de 07.03.2025, ora 10 am, în regim de ședință online, adoptă următoarea hotărâre:

Se avizează referatul justificativ pentru organizarea examenului de promovare în carieră pentru postul de Conferențiar 8, 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 Asistent 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

Sl. nr.	Facultate	Departamentul academic	Profilul de învățământ al cursului	Profilul	Prevederile statutului de funcție al profesorilor universitari	Profilul	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului
1	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	7	Conferențiar universitar	Examen de promovare	Comunicare Europeană; Genuri și formate în media digitală; Produse audio-video în relații publice; Reclame audio-video	Științe ale comunicării	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; Web TV – mijloc de comunicare internă; Campanii publicitare interactive; Tehnici vizuale în reclame audio-video	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; Web TV – mijloc de comunicare internă; Campanii publicitare interactive; Tehnici vizuale în reclame audio-video	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; Web TV – mijloc de comunicare internă; Campanii publicitare interactive; Tehnici vizuale în reclame audio-video	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; Web TV – mijloc de comunicare internă; Campanii publicitare interactive; Tehnici vizuale în reclame audio-video
2	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	8	Conferențiar universitar	Examen de promovare	Campații sociale; Comunicarea cu presa; Introducere în sistemul mass-media	Științe ale comunicării	Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente; Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine; Relația purtător de cuvânt - jurnaliști; Mijloc de lucru cu jurnaliști; Particularități ale presei online din România; Sistemul mass-media. Jurnalism, fake-news și dezinformare	Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente; Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine; Relația purtător de cuvânt - jurnaliști; Mijloc de lucru cu jurnaliști; Particularități ale presei online din România; Sistemul mass-media. Jurnalism, fake-news și dezinformare	Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente; Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine; Relația purtător de cuvânt - jurnaliști; Mijloc de lucru cu jurnaliști; Particularități ale presei online din România; Sistemul mass-media. Jurnalism, fake-news și dezinformare	Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente; Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine; Relația purtător de cuvânt - jurnaliști; Mijloc de lucru cu jurnaliști; Particularități ale presei online din România; Sistemul mass-media. Jurnalism, fake-news și dezinformare

B. POSTURI PE PERIOADĂ DETERMINATĂ

Sl. nr.	Facultate	Departamentul de învățământ	Profilul de învățământ al cursului	Profilul	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului	Profilul de învățământ al cursului
1	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	23	Lector universitar	Soos la concurs	Metode de cercetare în științele sociale; Editare grafică în limbaje de specialitate	Științe ale comunicării	Principii fundamentale în designul grafic (C.R.A.P) Layout și compoziție în design grafic Utilizarea textului în design-ul grafic Protecția cercetării în științele sociale (problema de cercetare, obiective, întrebări, ipoteze) Metode cantitative de cercetare Metode calitative de cercetare	Principii fundamentale în designul grafic (C.R.A.P) Layout și compoziție în design grafic Utilizarea textului în design-ul grafic Protecția cercetării în științele sociale (problema de cercetare, obiective, întrebări, ipoteze) Metode cantitative de cercetare Metode calitative de cercetare	Principii fundamentale în designul grafic (C.R.A.P) Layout și compoziție în design grafic Utilizarea textului în design-ul grafic Protecția cercetării în științele sociale (problema de cercetare, obiective, întrebări, ipoteze) Metode cantitative de cercetare Metode calitative de cercetare	Principii fundamentale în designul grafic (C.R.A.P) Layout și compoziție în design grafic Utilizarea textului în design-ul grafic Protecția cercetării în științele sociale (problema de cercetare, obiective, întrebări, ipoteze) Metode cantitative de cercetare Metode calitative de cercetare
2	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării	Departamentul de Științe ale Comunicării	39	Asistent universitar	Soos la concurs	Blogging și Vlogging; Comunicare pe dispozitive mobile; Limbaj Audiovizual; Practica de specialitate 2 Practica în instituții de profil 1;	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 treimililor); Componente vizuale: unghiurile și mișcările cameră; Crearea și optimizarea conținut pe diverse platforme; Aplicarea unui plan de marketing digital; Știri, formate adaptate (presa scrisă, online, radio, TV); Practica- Genuri jurnalistice nobile (anchetă, reportaj)	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 treimililor); Componente vizuale: unghiurile și mișcările cameră; Crearea și optimizarea conținut pe diverse platforme; Aplicarea unui plan de marketing digital; Știri, formate adaptate (presa scrisă, online, radio, TV); Practica- Genuri jurnalistice nobile (anchetă, reportaj)	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 treimililor); Componente vizuale: unghiurile și mișcările cameră; Crearea și optimizarea conținut pe diverse platforme; Aplicarea unui plan de marketing digital; Știri, formate adaptate (presa scrisă, online, radio, TV); Practica- Genuri jurnalistice nobile (anchetă, reportaj)	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 treimililor); Componente vizuale: unghiurile și mișcările cameră; Crearea și optimizarea conținut pe diverse platforme; Aplicarea unui plan de marketing digital; Știri, formate adaptate (presa scrisă, online, radio, TV); Practica- Genuri jurnalistice nobile (anchetă, reportaj)

Decan,

Lect.univ.dr. Alexandru Ildăncuț

Director departament,

Lect.univ.dr. Ioana Vid

**Referat privind necesitatea organizării examenului de promovare în cariera didactică
pentru postul didactic de conferențiar poz. 8 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 Filologie 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.

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. Perspectivile postului

Postul de conferențiar propus pentru organizarea examenului de promovare în cariera didactică cuprinde în structură discipline obligatorii și de specialitate în programele de licență: Comunicare și Relații Publice 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 8 cuprinde disciplina obligatorie: Introducere în sistemul mass-media, la media Digitală anul I, o disciplină de specialitate: Comunicare cu Presa, la Comunicare și Relații Publice anul I și o disciplină la master: Campanii sociale, 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 8 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, după cum am menționat, pentru specializările: CRP, Media Digitală, 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:

Titulari	Profesor	2
	Conferențiar	4
	Lector	14
	Asistent	6

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

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. Aceștia 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 european¹ 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 asumat politic, ci mai degrabă o necesitate istorică. Acestea este de fapt și motivul pentru care

¹ 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>.

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 (FSGC) 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. Simona Bader, Lect. dr. Alexandru Condache, 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 remarcă 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 reieșit 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 specifice².

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

² 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:

No. post	Tip post	Funcția/Det.	Angajat/Student	Acțiune det.	Solu. Max.
8	prof.	Coord.	Asistent	8	8/10

Opțiune	Sp. Valoriz.	Grupa	Det.	Det.	Grupa	Det.	LSP	Numar	Det.	Grupa
Companii sociale	MAR/MAR 1	MAR	0	0	1	2	0	4	2-15	✓
Comunicarea de interes	CAPCUT/1	LSP	1	0	0	0	0	3	0-8	✓
Introducere în sistemul mass-media	INTRO/1	LSP	1	0	0	0	0	2	0-1	✓

13. Programa concursului, aferentă postului de conferențiar, poziția 8 din statul de funcții al Departamentului de Științe ale Comunicării:

Campanii sociale
TEMATICĂ
Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente
Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine
Comunicarea cu presa
TEMATICĂ
Relația purtător de cuvânt - jurnaliști
Mijloace de lucru cu jurnaliști
Introducere în sistemul mass-media
TEMATICĂ
Particularități ale presei online din România
Sistemul mass-media. Jurnalism, fake-news și dezinformare

**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 8 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 managerială3 (cunoștințe de management, calități și aptitudini manageriale)

SFERA RELAȚIILOR ORGANIZAȚIONALE

Ierarhice:

3 Pentru funcțiile de conducere

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 – 4,00
2. Cursuri aferente ciclului de studii universitare de master – 4
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) ⁷ 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 Organizarea manifestărilor artistice

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

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

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

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

VIII. Activități de evaluare

Evaluare în cadrul pregătirii prin doctorat⁸:

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

Comisie elaborare subiecte

⁸ Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Școala doctorală

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 metodico-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
XIV. Activități privind pregătirea și promovarea cadrelor didactice din învățământul superior 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. Activități de pregătire științifică și metodică și alte activități în interesul învățământului – 12,00
I. Pregătire individuală (autoperfecționare) – 4,00
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

Date despre program

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 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Media digitală

Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Introducere în sistemul mass-media - CIM1102						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DF

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	20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren	20
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat	10
Examinări	4
Alte activități	9
3.7 Total ore studiu individual	83
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Tablă dotată cu instrumente de scris, video-proiector, laptop cu conexiune la Internet Sală de curs adecvată pentru desfășurarea cursului
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	Tablă dotată cu instrumente de scris, video-proiector, laptop cu conexiune la Internet Sală de seminar adecvată pentru desfășurarea orelor

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

Cunoștințe	Cunoașterea unor noțiuni teoretice de bază în domeniul științelor comunicării. Identificarea unor moduri specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice. Folosirea corectă a limbii române, oral și în scris.
Abilități	Pregătirea și realizarea unor materiale specifice domeniului comunicării și al relațiilor publice. Aplicarea unor tehnici specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice și în domenii conexe. Respectarea codurilor etice și profesionale din domeniul comunicării și al relațiilor publice. Participarea în echipe de profil sau coordonarea lor. 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.).

Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
Sistemul mass-media. Jurnalism, „fake news” și dezinformare	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Concepte, tipologie, structuri	Prelegere Activități interactive	Suport curs pe Google classroom

	Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Funcțiile socio-culturale ale mass-media	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Rolul mass-media în societatea modernă	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Transformarea industriei de știri: tehnologia digitală și platformele sociale	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Analiza publicațiilor. Relația redacțiilor cu noile media	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Spațiul informației journalistice și evenimentul	Prelegere	Suport curs pe Google classroom

	Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Tratarea unei informații jurnalistice	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Surse de informații.	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Știrea. Definiții. Tipologie. Stil. Redactare	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Sustenabilitatea în jurnalism	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom

Agențiile de presă	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Prelucrarea unui produs al agenției de presă	Prelegere Activități interactive Redactare de texte jurnalistice Aplicații pe teren	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Bibliografie : Agnes, Yves, Introducere în jurnalism, Iași, Polirom, 2011 Attali, Jacques, Istoriile mass-mediei, Iași, Polirom, 2022 Bader, Simona, Sîrb, Corina, Particularitățile presei online din România: dinamică și concepte, București, Tritonic, 2021 Bârgăoanu, Alina, Tirania actualității. O introducere în istoria și teoria știrilor, București, Tritonic, 2006 Bertrand, Claude-Jean (coord.), O introducere în presa scrisă și vorbită, Iași, Polirom, 200 Brandl-Gherga, Mariana, Frontiera jurnalistică a regiunii. „Focus Vest”, Timișoara, Marineasa, 2004 Botton, Alain de, Stirile. Manualul utilizatorului, București, Humanitas, 2015 Coman, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Iași, Polirom, 2007 Greifeneder, Rainer et al (coord.), Psihologia Fake News. Acceptarea, distribuția și corectarea informațiilor false, București, Editura Trei, 2021 Gross, Peter, Culegerea și redactarea știrilor, Timișoara, Editura de Vest, 1993 Gross, Peter, Întoarcere în laboratorul românesc. Mass-media după 1989, București, Nemira Publishing House, 2015		

Ionescu, Carmen, Agențiile de presă din România de la 1889–1999, București, Tritonic, 2001

Jurnalism, „fake news” și dezinformare – Manual pentru educația de media și învățământul jurnalistic, UNESCO, 2021, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000376919>

Lauterer, Jock, Ziarul local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități, Iași, Polirom, 2010

Mouillaud, Maurice, Jean Francois Tetu, Presa cotidiană, București, Tritonic, 2003

Oprea, Bogdan, Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică, Iași, Polirom, 2022

Petcu, Marian, Tipologia presei românești, Iași, Institutul European, 2000

Petre, Raluca, Managementul informației în media, București, Tritonic, 2019

Rad, Ilie (coord.), Obiectivitatea în jurnalism, București, Tritonic, 2012

Rad, Ilie coord., Stil și limbaj în mass-media din România, Iași, Polirom, 2007

Roșca, Luminița, Formarea identității profesionale a jurnaliștilor, București, Tritonic, 2009

Taylor, Gordon, Tehnici de scriere pentru studenți. Cum să concepi și să scrii eseuri de succes, București, Comunicare.ro, 2012

7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Identificarea instituțiilor media interne și internaționale	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte ziaristice	
2. Mass-media, structuri organizaționale	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren	

	Redactare de texte ziaristice	
3. Analiza unei publicații. Elemente de identificare și înregistrarea lor	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte ziaristice	
4. Tratarea unei informații jurnalistice. Culegerea de informații din surse diferite	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte ziaristice	
5. Dezvoltarea spiritului de observație	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte ziaristice	
6. Redactarea unei știri	Activități de grup și individuale	

	Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte ziaristice	
7. Prelucrarea unei știri de agenție	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte ziaristice	

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

Așteptările comunității academice și codurile sale etice sunt intrinseci cursului.

Cursul și seminarul sunt fundamentate pe dimensiunile complexe ale disciplinei, sincronic și diacronic

Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Conținut adecvat Elaborare adecvată	Examen scris	50%

9.5 Seminar / laborator	Conținut adecvat Elaborare adecvată	Monitorizare directă Evaluarea activităților	50%
9.6 Standard minim de performanță (pentru nota 5): Participarea activă la activitățile de seminar Dovada înțelegerii terminologiei și metodelor de bază specifice disciplinei Nota minimă de promovare este 5 (cinci). Prezența minimă obligatorie este de 80% din numărul total de prezențe, la seminar și 50% din numărul total de prezențe, la curs, pe semestru. Prezentarea la re-examinare depinde exclusiv de realizarea proiectului de seminar (respectiv realizarea temelor) și promovarea seminarului cu minimum nota 5 La evaluarea finală studenții trebuie să stăpânească materia predată și principiile fundamentale ale disciplinei.			
9.7 Standard de performanță (pentru nota 10): Cunoașterea aprofundată a conceptelor de bază din domeniul mass-media, capacitatea de a compara și analiza diferitele funcții, roluri și efecte ale domeniului media Realizarea unui proiect complex (în echipe de 3 – 4 studenți) care să fie prezentat într-o manieră originală și interactivă în fața colegilor în timpul unei ore de curs Participare activă și constructivă la discuțiile din timpul cursurilor și seminarelor, aducând contribuții relevante și demonstrate prin cercetare sau cunoștințe actualizate despre industria media Cercetare de calitate și referințe bibliografice solide în susținerea lucrărilor scrise, utilizând surse academice și profesionale actualizate.			

Data completării

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament

FIȘA DISCIPLINEI

Date despre program

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	Comunicare și relații publice

Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare cu presa - C1R1105						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS

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	30
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat	10
Examinări	4
Alte activități	25
3.7 Total ore studiu individual	119
3.8 Total ore pe semestru	175
3.9 Numărul de credite	7

Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Tablă dotată cu instrumente de scris, video-proiector, laptop cu conexiune la Internet Sală de curs adecvată pentru desfășurarea cursului
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	Tablă dotată cu instrumente de scris, video-proiector, laptop cu conexiune la Internet Sală de seminar adecvată pentru desfășurarea orelor

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

Cunoștințe	Cunoașterea unor noțiuni teoretice de bază în domeniul științelor comunicării. Identificarea unor moduri specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice.
------------	---

	Folosirea corectă a limbii române, oral și în scris.
Abilități	Pregătirea și realizarea unor materiale specifice domeniului comunicării și al relațiilor publice. Aplicarea unor tehnici specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice și în domenii conexe. Respectarea codurilor etice și profesionale din domeniul comunicării și al relațiilor publice. Participarea în echipe de profil sau coordonarea lor. 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.).
Responsabilitate și autonomie	Gândire analitică și critică, raportată la interpretarea unor evenimente curente. Separarea informațiilor corecte de cele false. Respectarea unor termene de predare. Folosirea unor limbi străine. Aplicarea unor principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale.

Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
Organizația și comunicarea cu presa	Prelegere Activități interactive	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom

	Redactare de texte pentru media	
Departamentul de relații publice	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Biroul de presă	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Comunicatul de presă	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Dosarul de presă	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Conferința de presă. Purtătorul de cuvânt	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Agenda-setting. Scenarii de lucru	Prelegere	Suport curs pe Google classroom

	Activități interactive Redactare de texte pentru media	Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Revista presei	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Analiza unui produs media	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Comunicarea în situații de criză	Prelegere Activități interactive Redactare de texte pentru media	Suport curs pe Google classroom Material suplimentar (format electronic) – pe Google classroom
Bibliografie : Agnes, Yves, Introducere în jurnalism, Iași, Polirom, 2011 Bader, Simona, Sîrb, Corina, Particularitățile presei online din România. Dinamică și concepte, București, Tritonic, 2021 Bârgăoanu, Alina, Tirania actualității. O introducere în istoria și teoria știrilor, București, Tritonic, 2006 Brandl-Gherga, Mariana, Frontiera jurnalistică a regiunii. „Focus Vest”, Timișoara, Marineasa, 2004 Botton, Alain de, Stările. Manualul utilizatorului, București, Humanitas, 2015 Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Iași, Polirom, 2004		

Coman, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Iași, Polirom, 2007
 David, George, Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media, Iași, Polirom, 2008
 Ionescu, Carmen, Agențiile de presă din România de la 1889–1999, București, Tritonic, 2001
 Lauterer, Jock, Ziarul local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități, Iași, Polirom, 2010
 Mouillaud, Maurice, Jean Francois Tetu, Presa cotidiană, București, Tritonic, 2003
 Petcu, Marian, Tipologia presei românești, Iași, Institutul European, 2000
 Rad, Ilie coord., Stil și limbaj în mass-media din România, Iași, Polirom, 2007
 Roșca, Luminița, Formarea identității profesionale a jurnaliștilor, București, Tritonic, 2009
 Taylor, Gordon, Tehnici de scriere pentru studenți. Cum să concepi și să scrii eseuri de succes, București, Comunicare.ro, 2012

7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Identificarea instituțiilor de presă și analiza publicațiilor	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte pentru media Examinare orală	
2. Întocmirea fișierelor de presă	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte pentru media Examinare orală	

3. Echipe de comunicatori vs jurnaliști	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte pentru media Examinare orală	
4. Organizarea unei conferințe de presă	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte pentru media Examinare orală	
5. Realizarea unei reviste a presei. Analiza unui produs media	Activități de grup și individuale Lucrări de seminar Activitate practică pe teren Redactare de texte pentru media Examinare orală	
Bibliografie :		

Dobra, Andreea, Comunicare profesională, Timișoara, Orizonturi universitare, 2002
Iacob, Dumitru, Diana-Maria Cismaru, Relațiile publice. Eficiență prin comunicare, București, Comunicare.ro, 2003
Mucchielli, Alex, Comunicarea în instituții și organizații, Iași, 2008
Săftoiu, Adriana, Vocile puterii. De vorbă cu purtătorii de cuvânt, București, Trei, 2006
Schafer-Mehdi, Stephan, Organizarea evenimentelor, București, ALL, 2008

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

Așteptările comunității academice și codurile sale etice sunt intrinseci cursului.
Cursul și seminarul sunt fundamentate pe dimensiunile complexe ale disciplinei, sincronic și diacronic

Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Conținut adecvat Elaborare adecvată	Examen scris	50%
9.5 Seminar / laborator	Conținut adecvat Prezentare adecvată	Monitorizare directă Evaluarea activităților	50%
9.6 Standard minim de performanță (pentru nota 5) Participarea activă la activitățile de seminar Dovada înțelegerii terminologiei și metodelor de bază specifice disciplinei Nota minimă de promovare este 5 (cinci).			

Prezența minimă obligatorie este de 80% din numărul total de prezențe, la seminar și 50% din numărul total de prezențe, la curs, pe semestru.

Prezentarea la re-examinare depinde exclusiv de realizarea proiectului de seminar (respectiv realizarea temelor) și promovarea seminarului cu minimum nota 5

La evaluarea finală studenții trebuie să stăpânească materia predată și principiile fundamentale ale disciplinei.

9.7 Standard de performanță (pentru nota 10):

Cunoașterea aprofundată a conceptelor de bază din domeniul mass-media și al relațiilor publice, capacitatea de a înțelege, compara și analiza diferența dintre meseria de jurnalist și ce de relaționist

Realizarea unui proiect complex (în echipe de 3 – 4 studenți) care să fie prezentat într-o manieră originală și interactivă în fața colegilor în timpul unei ore de curs

Participare activă și constructivă la discuțiile din timpul cursurilor și seminarelor, aducând contribuții relevante și demonstrate prin cercetare sau cunoștințe actualizate despre industria media și a relațiilor publice

Cercetare de calitate și referințe bibliografice solide în susținerea lucrărilor scrise, utilizând surse academice și profesionale actualizate.

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	ȘTIINȚE ALE GUVERNĂRII ȘI COMUNICĂRII
1.3 Departamentul	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.4 Domeniul de studii	Științele Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii / Calificarea	Mass media și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Campanii sociale – C2M1203						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DF

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					30
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutorat					30
Examinări					4
Alte activități					20
3.7 Total ore studiu individual	119				
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- Sală de curs adecvată pentru desfășurarea cursului - Tablă dotată cu instrumente de scris, video-proiector, conexiune la Internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- Sală de seminar adecvată pentru desfășurarea orelor - Tablă dotată cu instrumente de scris, video-proiector, conexiune la Internet

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

Cunoștințe	- Definirea segmentelor de public - Cunoașterea mijloacelor de comunicare în masă, cum ar fi televiziunea, ziarele și radioul, care ajung la majoritatea populației și o influențează - Încadrarea informațiilor pentru a juca un rol în opinia publică
Abilități	- Elaborarea de produse/campanii de relații publice în condiții prestabilite - Adaptarea instrumentelor tehnice și strategice de comunicare digitală ținând cont de deontologie și responsabilitate socială - Elaborarea de strategii - Identificarea și utilizarea eficientă a limbajului și cunoștințelor de specialitate
Responsabilitate și autonomie	- Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate - Capacitatea de a informa, convinge sau motiva publicul - Dezvoltarea și implementarea ideilor creative - Participarea în echipe de profil sau coordonarea lor - Adaptabilitatea la diversele culturi și limbi cu care interacționează prin intermediul comunicării cu publicul țintă și cu partenerii

7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definiții. Domeniile de bază în campaniile sociale	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
2. Scurt istoric al campaniilor sociale. Principii de responsabilitate socială. Structura problemelor sociale	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom

3. Marketingul social. Organizațiile sociale și rolul lor în societate. Responsabilitate socială corporatistă (CSR)	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
4. Etapele și integrarea programelor de responsabilitate socială într-o organizație (Planul de management, Planificarea, Implementarea, Evaluarea)	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
5. Cercetarea în comunicarea publică. Caracteristicile publicului țintă. Obiective	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
6. Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente (Logistica)	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
7. Medii de difuzare	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
8. Campanii sociale media. Slactivism	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
9. Pretestarea unei campanii sociale	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
10. Stabilirea resurselor necesare: bugetul, calendarul, redactarea și prezentarea unei campanii sociale	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
11. Implementarea unei campanii sociale	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom

12.	Monitorizare și evaluare	Prelegere. Activități interactive. Analiza și conceperea unor campanii sociale	Suport curs pe google classroom. Material suplimentar (format electronic) pe google classroom
13.	Analiza unor campanii sociale	Activități interactive	
14.	Analiza unor campanii sociale	Activități interactive	
Bibliografie: Aronson, Merry, Don Spetner, Carol Ames, <i>Ghidul redactării în relații publice. Era digitală</i> , București, Amsta Publishing, 2008 Andreasen, A. (2006), <i>Social marketing in the 21st century</i> , Sage Publications, Thousand Oaks Atkin, C.K., Rice, R.E. (2001), <i>Public Communication Campaigns</i> , Third Edition, Sage Publications, Thousand Oaks Balaban, Delia, Abrudan, Mirela, <i>Tendențe în PR și publicitate. Planificare strategică și instrumente de comunicare</i> , București, Editura Tritonic, 2008 Bălănescu, Olga, <i>Redactare de texte. Cum să scriem corect un text administrativ, publicistic, publicitar și politic</i> , București, Ed. Ariadna'98, 2007 Cherecheș, Răzvan M., <i>Comunicare publică (curs)</i> , Cluj-Napoca, 2014-2015 Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i> , Iași, Polirom, 2004 Corcoran, N. (2007), <i>Communicating Health</i> , Sage Publications, Thousand Oaks Kotler, Philip, Lee, Nancy, <i>Social Marketing (2008). Influencing behaviors for good</i> , Third Edition, Sage Publications, Thousand Oaks Lamerton, Jacey. (2001), <i>Everything You Need to Know – Public Speaking</i> , Harper Collins Publishers Marconi, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i> , Iași, Polirom, 2007 McKenzie, J.F., Neiger, B.L., Smelzer, J.L. (2005). <i>Planning, Implementing and Evaluating Health Promotion Programs</i> , A Primer, Fourth Edition, Pearson Education Inc. Rus, Flaviu Călin, <i>Campanii și strategii de PR</i> , Iași, Institutul European, 2009 Seale, C. (2007), <i>Media and Health</i> , Sage Publications, London, UK			
7.2	Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1.	Domeniile de bază în campaniile sociale	Activități în grup și individuale	
2.	Principii de responsabilitate socială. Structura problemelor sociale	Activități în grup și individuale	
3.	Marketingul social. Responsabilitate socială corporatistă (CSR)	Activități în grup și individuale	
4.	Planul de management, planificarea, implementarea, evaluarea unei campanii sociale	Activități în grup și individuale	
5.	Cercetarea în comunicarea publică. Caracteristicile publicului țintă. Obiectivele unei campanii sociale	Activități în grup și individuale	
6.	Strategia unei campanii sociale. Logistica unei campanii	Activități în grup și individuale	

7.	Medii de difuzare	Activități în grup și individuale	
8.	Campanii sociale media. Slaktivism	Activități în grup și individuale	
9.	Pretestarea unei campanii sociale	Activități în grup și individuale	
10.	Bugetul, calendarul, redactarea și prezentarea unei campanii sociale	Activități în grup și individuale	
11.	Implementarea unei campanii sociale	Activități în grup și individuale	
12.	Monitorizare și evaluare	Activități în grup și individuale	
13.	Prezentare proiecte	Prezentare publică	
14.	Prezentare proiecte	Prezentare publică	
Bibliografie: Aronson, Merry, Don Spetner, Carol Ames, <i>Ghidul redactării în relații publice. Era digitală</i>, București, Amsta Publishing, 2008 Andreasen, A. (2006), <i>Social marketing in the 21st century</i>, Sage Publications, Thousand Oaks Atkin, C.K., Rice, R.E. (2001), <i>Public Communication Campaigns</i>, Third Edition, Sage Publications, Thousand Oaks Balaban, Delia, Abrudan, Mirela, <i>Tendențe în PR și publicitate. Planificare strategică și instrumente de comunicare</i>, București, Editura Tritonic, 2008 Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i>, Iași, Polirom, 2004 Corcoran, N. (2007), <i>Communicating Health</i>, Sage Publications, Thousand Oaks Kotler, Philip, Lee, Nancy, <i>Social Marketing (2008). Influencing behaviors for good</i>, Third Edition, Sage Publications, Thousand Oaks Marconi, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Iași, Polirom, 2007 Rus, Flaviu Călin, <i>Campanii și strategii de PR</i>, Iași, Institutul European, 2009			

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

- Așteptările comunității academice și codurile sale etice sunt intrinseci cursului.
- Cursul și seminarul sunt fundamentate pe dimensiunile complexe ale disciplinei, sincronic și diacronic.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Examen oral. Prezentare proiect individual	Examen oral	50%

9.5 Seminar / laborator	Activitate pe parcursul semestrului	Vor fi notate temele de seminar și intervențiile studentului la seminare	50%
9.6 Standard minim de performanță			
• Participarea activă la activitățile de seminar. • Prezența obligatorie la seminare este de minim 80% din numărul întâlnirilor pe semestru. Aceasta este condiție obligatorie pentru a putea intra în sesiunea de examene. • Prezența obligatorie la cursuri este de minim 50% din numărul întâlnirilor pe semestru. • La evaluarea finală studenții trebuie să stăpânească materia predată și principiile fundamentale ale disciplinei.			

Data completării

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament

