



CATALOGUL CURSURILOR

Facultatea de Științe ale Comunicării

Comunicare și relații publice

Anul I CRP

I. Discipline obligatorii:

1. Introducere în științele comunicării* - 6 ect.

Să dobândească un nivel ridicat de competență și expertiză în științele comunicării pentru a avea o viziune analitică în înțelegerea procesului comunicării umane și al caracterului interdisciplinar al comunicării în vederea dezvoltării unor competențe transferabile în diverse domenii.

2. Introducere în sistemul mass-media* - 7 ect.

Se vor descrie conceptele și teoriile necesare înțelegerii teoretice și al deprinderii practice în vederea analizei sistemului mass-media, al funcționii acestora în relațiile publice, publicitate și în alte domenii asociate relevante. Se va prezenta comunicarea prin limbaj, comunicarea nonverbală, prin imagine și comunicarea de masă.

3. Introducere în relații publice* - 5 ect.

Se vor aborda în mod realist, cu argumentare atât teoretice cât și practice unele situații problemă. Se vor prezenta teorii ale relațiilor publice, teorii cognitive și comportamentale, teorii ale comunicării în masă și rolul lor în elaborarea strategiilor de PR.

4. Introducere în publicitate* - 7 ect.

Se vor prezenta diverse tipuri de publicitate urmărind dezvoltarea unui vocabular de specialitate. Se va urmări dezvoltarea abilităților de interpretare și reproducere a unui mesaj publicitar, de cunoaștere a publicului țintă. Se va studia diferența dintre un brand și o marcă în promovarea unui produs. Se va dezvolta capacitatea de identificare a mesajelor subliminale audio și vizuale.

5. Limba română literară, norme și abateri* - 4 ect.

Cursul își propune o abordare didactică exigentă a problemelor de limba română care să fie utilizată fără erori în mass media. La seminarii vor fi prezentate acele probleme considerate esențiale unde sunt exemplificate toate funcțiile sintactice prin analize complexe și se vor face observații menite a atrage atenția asupra greșelilor frecvente. Vor fi utilizate exerciții cu analize schematice și/sau grile conforme pentru părțile de vorbire, pentru a consolida cunoștințele pe măsura asimilării lor.

6. Comunicare cu presa - 3 ect.

Obținerea cunoștințelor necesare unei bune comunicări cu presa. Însușirea unor cunoștințe temeinice în domeniile relațiilor publice și mass-media. Înțelegerea strategiilor relaționiste de a stabili și întreține bune raporturi cu jurnaliștii. Distingerea activităților relaționiste active de cele pasive și exersarea întocmirii textelor relaționiste expediate jurnaliștilor spre publicare. Corelarea planificării comunicării cu presa prin strategii de PR.

7. Elaborarea de produs de PR - 9 ect.

Să-și însușească noțiunile de bază din domeniul, utilizării datelor atât la nivel teoretic cât și aplicativ, pentru realizarea unui produs PR.

8. Redactarea materialelor de relații publice - 4 ect.

Se va studia realizarea modului de realizare a unui comunicat de presă, afiș publicitar, machete pentru presa scrisă, a unui banner pentru online sau outdoor, a unei cărți de vizită, etc. De asemenea, se va studia realizarea unor mesaje publicitare în concordanță cu obiectivele urmărite și se va urmări identificarea unor surse ce pot fi accesate pentru obținerea de vectori/fotografii în vederea prelucrării ulterioare.

9. Politici economice europene* - 5 ect.

Cunoașterea, însușirea și aplicarea în activitatea practică a principalelor noțiuni de macroeconomie, teorie și practică doctrinar-economică și de macro sinteză. Analiza structurii dinamice, a organizării calitative și evaluarea periodică a eficienței activităților desfășurate într-un domeniu.

10. Limba engleză în științele comunicării* - 2 ect.

Dezvoltarea abilităților de folosire a limbii engleze, respectiv a terminologiei specifice comunicării, relațiilor publice și jurnalismului în vederea formării profesionale cu multiple posibilități de exersare a acestor abilități în spațiul European.

11. Retorică. Teoria argumentării* - 3 ect.

Familiarizarea studenților cu conceptul de retorică. Cunoașterea și înțelegerea principalelor teorii ale argumentării și identificarea trăsăturilor actuale ale retoricii, în contrast cu istoria ei. Aplicarea teoriilor argumentării în practică. Cunoașterea noțiunilor generale și adaptarea lor la necesitățile specifice relațiilor publice. Dezvoltarea abilităților de gândire corectă în contextul relațiilor publice și de formalizare a limbajului natural. Identificarea erorilor de definire și de a formula definiții corecte. Deprinderea de a susține un discurs bine argumentat, fundamentat pe reguli generale sustenabile. Posibilitatea de a identifica erori de argumentație sau sofisme în cadrul discursurilor.

12. Educație fizică* - 2 ect.

Dezvoltarea calităților motrice și extinderea fondului deprinderilor motrice de bază și sportive prin cuprinderea tuturor studenților în practicarea sistematică și organizată a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate.

II. Discipline facultative:

1. Tehnici de PR în turism* - 2 ect.

Obținerea cunoștințelor necesare unei bune practici a relațiilor publice în turism. Înțelegerea tehnicilor de formulare a mesajului în context turistic. Cuantificarea impactului social-economic al turismului în economie și societate. Exersarea realizării de texte care să țină cont de particularitățile turistice ale zonelor promovate; familiarizarea cu cele mai importante texte ale genului.

2. Marketing în PR* - 2 ect.

Se vor prezenta tehnicile moderne de marketing în relații publice. Se va identifica și utiliza componenta informatică, limbajul și cunoștințele de specialitate în explicarea conceptuală a diverselor situații din domeniul teoriei și al practicii de marketing în instituțiile publice.

Anul II CRP

I. Discipline obligatorii:

1. Etică* - 6 ect.

Se vor prezenta teoriile și marile curente etice, metodele de persuadare și manipulare. Se va studia aspectul de libertate și proprietate în specificul eticii drepturilor omului. Se va descrie rolul eticii în comunicarea scrisă, în relațiile interumane și interinstituționale.

2. Tehnici de redactare* - 6 ect.

Însușirea cunoștințelor privind tehnicile de redactare ale diferitelor formate jurnalistice utilizate de mass media pentru informare, educare și divertisment.

3. Semiotică* - 4 ect.

Se vor studia elementele de fond care permit funcționarea și semnificarea relațiilor dintre cod și mesaj, dintre semn și discurs. Unitatea fundamentală semiotică este semnul iar semiotica reprezintă totodată studiul semnelor și codurilor - semne care sunt utilizate în procesul de producere și interpretare a mesajelor, respectiv codurile care guvernează utilizarea acestor semne în limbajul verbal și nonverbal.

4. Multimedia* - 6 ect.

Obținerea de cunoștințe, competențe și abilități practice privind lucrul cu mediile digitale (alegerea corectă a tipului lor, folosire în funcție de anumite contexte, caracteristici, editare și prelucrare), realizarea de componente și să cunoască integrarea și gestiunea resurselor multimedia (manipularea de produse media digitale). Să aranjeze din punct de vedere tehnic un website, să elaboreze conținutul și să știe să creeze un blog sau site. Să opereze cu datele specifice de tip imagine (audio sau video). Să cunoască tehnicile de conținut și de interacțiune specifice platformelor și să îl promoveze cu succes. Să proiecteze și să realizeze macheta unei platforme social media, de la setarea caracteristicilor platformei, până la folosirea

instrumentelor uzuale de lucru (alegerea și conceperea titlurilor, editarea și formatarea unui text). Să-și construiască și să gestioneze o identitate digitală responsabilă, creativă și să dobândească abilități practice de utilizare eficientă a resurselor internetului, a promovării afacerilor online și a administrării cu succes a unui site. Să folosească unele softuri interactive pentru însușirea unor cunoștințe noi și să realizeze distribuția conținuturilor multimedia pentru social media, modul în care se folosesc fotografiile, etc.). Să-și dezvolte o cultură informatică colaborativă.

5. Managementul relațiilor publice - 9 ect.

Să dobândească un nivel ridicat de competență și expertiză în managementul relațiilor publice, respectiv dezvoltarea de competențe în etapele de planificare strategică necesare pentru gestionarea programelor de relații publice.

6. Organizarea de evenimente - 3 ect.

Se vor descrie etapele necesare dobândirii cunoștințelor generale necesare folosirii unor metode moderne de organizare profesională de evenimente, pe tipuri și categorii. Se vor dezvolta competențele cu privire la analiza și interpretarea datelor colectate prin aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare calitative și cantitative.

7. Cultura și civilizație europeană* - 5 ect.

Cursul abordează, într-o formulă sintetică, traseul evolutiv al civilizației europene, fenomen complex, de mare anvergură. Având în vedere amploarea subiectelor, sunt punctate doar etapele semnificative în constituirea și consolidarea civilizației continentale, evocând, în ordine cronologică, elementele esențiale ale fenomenului: rolul spiritualității elene în formarea civilizației europene; civilizația romanilor și transferarea valorilor Greciei antice în diverse spații europene; dimensiuni ale civilizației Evului Mediu și a Renașterii; momente ale civilizației secolelor XVI-XVIII, aspecte ale civilizației secolului XIX și, în fine, caracteristici ale civilizației române și europene .

8. Sociologia organizațională* - 3 ect.

Cursul urmărește înțelegerea câmpului social organizațional și a regulilor funcționale ale organizațiilor, respectiv operarea cu concepte fundamentale în domeniul sociologiei. Parcurgerea principalelor curente în evoluția sociologiei organizaționale, definirea conceptelor de bază pentru studiul și înțelegerea proceselor și fenomenelor din domeniul sociologiei, familiarizarea studenților cu problematica analizei, instrumentele metodologice organizaționale, a climatului organizațional, al managementului schimbării și asimilarea unor deprinderi specifice în evaluarea dinamicii organizaționale. Înțelegerea demersului metodologic de proiectare și realizarea de cercetări sociologice intra și interorganizaționale, cunoașterea și aplicarea procedurilor standardizate, desfășurarea activității de analiză organizațională, utilizarea instrumentelor de analiză statistică descriptivă și construirea și gestionarea de baze de date. Testarea de ipoteze de cercetare, elaborarea de instrumente de colectare de date nestandardizate de evaluare a climatului organizațional, utilizarea instrumentelor de analiză statistică de date inferențială, realizarea de aplicații de diagnostic organizațional. Redactarea de rapoarte de analiză cu prezentarea de strategii, redactarea de rapoarte de cercetare

respectând standardele vizând schimbarea organizațională, dobândirea unei gândiri critice active privitoare la însușirea unui mod de științific de abordare a realităților sociale. Cunoașterea consecințele epistemologice și etice ale studiilor, construirea unui set de atitudini pozitive, angajante față de sociologie, necesitatea studierii dinamicii sociale din România reală prin antrenarea capacității de a elabora, de a pune în practică la nivel interindividual și intergrupal politici și măsuri de redresare organizațională.

9. Comunicare politică* - 4 ect.

Să dobândească o viziune analitică asupra proceselor și practicilor din comunicarea politică și abilități de a pune în practică cunoștințele din domeniul comunicării politice.

10. Comunicare în situații speciale - 4 ect.

Însușirea tipurilor și a elementelor definitorii ale principiilor și a metodelor de comunicare în situații speciale. Să își formeze abilitățile necesare de comunicare cu colegii și șefii din entitățile structurale unde își desfășoară activitatea dar și cu subiecții umani din afara acestora, în situația apariției unor situații speciale: crize, conflicte interne.

11. Branding instituțional și personal - 3 ect.

Să se familiarizeze cu principalele abordări din domeniul comunicării interne și a celei exterioare organizației ca fundament al funcționării brandului. Să știe să sesizeze aspectele din cadrul comunicării care pot conduce la dezvoltări sau la regres pentru brand. Să propună și să planifice activități specifice pentru promovarea brandului. Să întocmească documente care pot fi utilizate în procesele specifice legate de brand. Să planifice și să organizeze activități dedicate branding-ului. Să-și dezvolte cunoștințele referitoare la structuri specifice organizațiilor și la relaționările dintre ele.

II. Discipline opționale:

1. Tehnici de PR în economie - 2 ect.

Să se familiarizeze cu principalele abordări care conduc la o practică eficientă în cadrul unei structuri de PR a unui agent economic. Să știe să întocmească un set de tehnici PR dedicate unor nevoi specifice agentului economic solicitant. Să sesizeze tehnica de PR necesară de abordat în funcție de situația descrisă de agentul economic. Să întocmească documente specifice tehnicilor de PR studiate și să folosească unele softuri interactive pentru însușirea unor cunoștințe noi. Să dobândească abilități practice de utilizare eficientă a resurselor internetului. Să-și dezvolte capacitățile profesionale legate de dezvoltările prin PR ale agentului economic.

1. Etică și integritate academică* - 2 ect.

Familiarizarea studenților cu teoriile și dezbaterile etice relevante pentru domeniul comunicării și al relațiilor publice, precum și formarea deprinderilor teoretice și de aplicare a respectivelor cunoștințe.

2. Strategii și tehnici de comunicare în campaniile electorale* - 2 ect.

Să dobândească o viziune analitică asupra proceselor de comunicare politică și electorală prin înțelegerea mecanismelor de funcționare ale sistemului politic pentru proiectarea unei strategii comunicaționale viabile în cadrul unei campanii electorale.

3. PR în instituțiile publice - 2 ect.

Se vor prezenta tehnicile moderne de relații publice. Se va identifica și utiliza limbajul și cunoștințele de specialitate în explicarea conceptuală a diverselor situații din domeniul științelor comunicării din instituțiile publice.

III. Discipline facultative:

1. Sociologia opiniei publice* - 2 ect.

Dobândirea cunoștințelor și abilităților sociologice aplicate domeniului de specialitate și operarea cu concepte fundamentale din domeniul sociologic. Definirea conceptelor de bază pentru studiul și înțelegerea proceselor și fenomenelor din domeniu, folosirea unor teorii și indicatori de înțelegere a sociologiei opiniei publice, explicarea modului de formare al opiniei publice și al comportamentului social. Familiarizarea cu principalele instrumente de lucru, asimilarea unor deprinderi specifice în evaluarea metodologică și înțelegerea demersului metodologic. Proiectarea și realizarea de cercetări sociologice, a dinamicii sociale la nivel intra și interpersonal și aplicarea metodologiei cercetării sociale. Desfășurare activității de cercetare socială, utilizarea instrumentelor de analiză statistică descriptivă, construirea și gestionarea de baze de date și testarea de ipoteze de cercetare. Elaborarea de instrumente de colectare de date, utilizarea instrumentelor de analiză statistică de date, redactarea de rapoarte de cercetare respectând standardele în materie. Dobândirea unei gândiri critice active privitoare la abordarea realităților sociale, construirea unui set de atitudini pozitive, angajante față de consecințele epistemologice și etice ale studiilor sociologice. Necesitatea studierii dinamicii sociale din România reală, renunțarea la imagini și reprezentări stereotipe la nivel interindividual și intergrupă. Educarea studenților pentru construirea, gestionarea prejudecăților, crearea unei identități digitale responsabile, creative și colaborative.

2. Gestionarea crizelor de imagine* - 2 ect.

Însușirea tipurilor și a elementelor definiției ale organizațiilor, a principiilor și a metodelor de comunicare în cadrul acestora. Să-și formeze abilitățile necesare de comunicare cu colegii și șefii din organizație dar și cu subiecții umani din afara acesteia, în situația apariției unor crize de imagine și a unor conflicte interne.

Anul III CRP

I. Discipline obligatorii:

1. Metode de cercetare în științele sociale* - 6 ect.

Obiectivul general al cursului îl constituie însușirea de către studenți a modului în care pot fi implementate adecvat metodele, tehnicile și instrumentele de colectare și analiză a datelor, în procesul de evaluare a intervențiilor publice.

2. Istoria culturii* - 6 ect.

Familiarizarea studenților cu ceea ce implică o istorie a culturii. Cunoașterea și înțelegerea principalelor momente și paradigme din istoria culturii și identificarea trăsăturilor actuale ale culturii, în contrast cu istoria ei. Aplicarea teoriilor și paradigmatelor extrase din istoria culturii în analiza practicii jurnalistice actuale. Să realizeze o analiză pertinentă a fenomenului cultural actual și să știe să folosească rezultatele acestor analize.

3. Deontologie profesională* - 6 ect.

Se vor descrie atât codurile deontologice din domeniul relațiilor publice coroborate cu legislația în domeniu cât și diversele principii etice utilizate în conceperea și prezentarea diferitelor materiale și mijloace de comunicare în masă. Se vor studia principalele metode de comunicare prin mijloacele de comunicare în masă, respectând principiile de etică profesională.

4. Gândire critică* - 6 ect.

Cursul de gândire critică îți oferă cadrul conceptual și experimental care va fundamenta dezvoltarea acestei abilități atât de importante în contextul actual, atât pe plan profesional, cât și personal. Înțelegerea conceptului de gândire critică – ce este și ce nu este gândirea critică, a predispozițiilor cognitive și a mecanismelor de protecție împotriva acestora, inclusiv a noțiunilor de bază ale logicii și ale raționamentului dialectic. O mare importanță o prezintă înțelegerea procesului de luare a deciziilor, a deciziilor bazate pe informații dar și înțelegerea aplicabilității gândirii critice pentru probleme comune și mai puțin comune.

5. Comunicarea internă - 7 ect.

Însușirea tipurilor și a elementelor definitorii ale organizațiilor, a principiilor și a metodelor de comunicare în cadrul acestora. Să își formeze abilitățile necesare de comunicare cu colegii și șefii din organizație dar și cu subiecții umani din afara acesteia, în situația apariției unor crize și conflicte interne.

6. Doctrine economice* - 4 ect.

Cunoașterea, însușirea și aplicarea în activitatea practică a principalelor noțiuni de macroeconomie, teorie și practică doctrinar-economică și de macro sinteză. Analiza structurii dinamice, a organizării calitative și evaluarea periodică a eficienței activităților desfășurate într-un domeniu.

7. Legislație în științele comunicării* - 5 ect.

Familiarizarea studenților cu ceea ce implică cunoașterea drepturilor și obligațiilor persoanelor, autorității și agentului media. Să cunoască componentele care formează dreptul comunicării, să discearnă informațiile ce nu pot fi făcute public-clasificate și să știe să folosească cunoștințele dobândite în activitatea media.

8. Management general - 4 ect.

Însușirea cunoștințelor fundamentale referitoare la procesul de management în general, cunoașterea și aprofundarea tehnicilor și metodelor de management al firmei. Competențe: Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de management. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de management media. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul de activitate. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing. Utilizarea tehnicilor științifice de organizare și vânzare a produsului media.

9. Relații publice sectoriale (economic și politic) - 5 ect.

Să se familiarizeze cu principalele abordări care conduc la o practică eficientă în cadrul unei structuri de PR a unei instituții centrale. Să știe să întocmească un set de tehnici PR dedicate unor nevoi specifice solicitantului. Să sesizeze tehnica de PR necesară de abordat în funcție de situația descrisă de agentul/instituția în cauză și să întocmească documente specifice tehnicilor de PR studiate etc. Să folosească unele softuri interactive pentru însușirea de cunoștințe noi și să dobândească abilități practice de utilizare eficientă a resurselor internetului. Să-și dezvolte capacitățile profesionale legate de dezvoltările prin PR ale instituției.

10. Comunicarea interculturală* - 4 ect.

Obținerea cunoștințelor necesare unei bune practici a comunicării interculturale. Însușirea unor cunoștințe temeinice în domeniul comunicării interculturale. Înțelegerea tehnicilor de formulare a mesajului în comunicarea interculturală și al influenței culturale asupra raportării la lumea înconjurătoare. Exersarea realizării de texte care să țină cont de diferențele culturale și familiarizarea cu cele mai importante texte ale genului.

II. Discipline opționale:

1. Producție publicitară - 2 ect.

Se va descrie conceptul de producție a materialului fotografiat sau filmat, principiile pentru realizarea unui synopsis, regulile de utilizare a luminii în filmarea video și ale regulile de montaj al imaginilor video. Se vor studia programe de editare video și de montaj: Avid lichid, Edius, photoshop.

2. Managementul calității în instituțiile publice și private* - 2 ect.

Cunoașterea, însușirea și aplicarea în activitatea practică de către student a principalelor noțiuni de management al calității utilizate în domeniul comunicării, relațiilor publice și jurnalism. Cunoașterea structurii dinamice, organizării calitative și evaluarea periodică a eficienței activității profesionale desfășurate în PR.

3. Istoria scrisului, cărții și a instituțiilor info-documentare - 2 ect.

Familiarizarea studenților cu ceea ce implică o istorie a scrisului, cărții și a instituțiilor info-documentare. Cunoașterea și înțelegerea principalelor momente și paradigme din această evoluție. Identificarea trăsăturilor actuale ale acestor domenii, în contrast cu istoria lor și aplicarea teoriilor și paradigmatelor extrase din istoria scrisului, cărții și a instituțiilor info-documentare în analiza practicii jurnalistice actuale. Să cunoască componentele care formează termenii scris, carte și instituție info-documentară și să fie în măsură să realizeze o analiză a sistemului scrisului și cărții din zilele noastre. Să știe să folosească rezultatele acestor analize.

4. Antreprenariat în media* - 2 ect.

Constituirea unui blog sau site folosind tehnici de SEO și PR online, promovarea site-ului prin transmiterea de comunicate de presă, realizarea de articole și obținerea de parteneriate cu alte bloguri din domeniu. Realizarea unei strategii de marketing digital adaptată tipului/formei de business. Se vor desfășura teste de pe contul studenților despre cum funcționează diverse strategii de promovare.

III. Discipline facultative:

1. Tehnicile discursului oral în relații publice* - 2 ect.

Să asimileze și să își perfecționeze principalele tehnici ale discursului oral în relațiile publice și să dobândească abilitățile necesare pentru punerea în practică a discursurilor.

2. Analiză, diagnoză și decizie organizațională* - 2 ect.

Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele specifice analizei, diagnozei și deciziei organizaționale; însușirea cunoștințelor necesare derulării unei cercetări științifice în domeniul organizațional.

PRACTICĂ DE SPECIALITATE – considerații generale - CRP

Direcțiile strategice ale platformei de instruire practică

Facultatea de Științe ale Comunicării funcționează în cadrul Universității „Apollonia” cu două specializări: **Jurnalism, respectiv, Comunicare și Relații Publice**. În acest cadru, Facultatea de Științe ale Comunicării pregătește absolvenți cu calificare superioară în domeniul relațiilor publice, comunicării și mass-media. Specializările Facultății de Științe ale Comunicării își asumă misiunea de pregătire și formare, prin oferirea unei platforme comune pentru studiul de profunzime în domeniu.

Absolvenții pot pune în practică cunoștințele dobândite în timpul facultății în cadrul agențiilor de relații publice, de publicitate, departamentelor de advertising din interiorul companiilor sau instituțiilor (de stat sau private), a O.N.G.-urilor.

Studentii noștri se specializează în consiliere, cercetare, relații cu presa, afaceri publice, organizarea de evenimente, planificarea și implementarea de campanii *fund-raising*. În concordanță cu cererea de pe piața muncii interne și europene, absolvenții pot accede la profesii precum: purtător de cuvânt, agent pentru relații cu presa, PR officer, consilier de imagine, analist media, consilier de afaceri publice, *copywriter, fund-raiser* etc.

Dar căile deschise de studiile la Universitatea „Apollonia” din Iași nu se limitează doar la atât. Absolvenții Facultății de Științe ale Comunicării au deschisă calea specializării ulterioare prin studii masterale și doctorale interne și chiar internaționale ca urmare a acordului de colaborare încheiat între facultatea noastră și Institutul Complutense de Științe ale Administrației din cadrul Universității Complutense Madrid, Spania.

Planurile de învățământ ale ambelor specializări sunt în concordanță cu disciplinele recomandate de ARACIS, discipline fundamentale și de specializare (obligatorii), discipline complementare (opționale, alese de studenți în funcție de specializare) și facultative (alese din cursurile propuse de universitate). Planurile de învățământ ale Facultății de Științe ale Comunicării respectă cadrul național de calificări, precum și modelele similare din statele comunitare și extracomunitare.

Pentru practica profesională studenții ambelor specializări au la dispoziție „Platforma de instruire practică”, o bază materială fără egal în mediul universitar românesc. Universitatea „Apollonia” din Iași este unica instituție de profil din România care le creează studenților condițiile reale de activitate specifică mediului pentru care se pregătesc și totodată contactul direct cu publicul, cel mai obiectiv cadru de evaluare a eforturilor de pregătire pe care le fac în cadrul facultății.

În tabelul de mai jos (care cuprinde toate compartimentele platformei) sunt puse în evidență redacțiile „Apollonia” TV și „Apollonia” Radio. Activitatea acestora înglobează și producțiile practice ale studenților noștri.

Pregătirea teoretică și practică la disciplinele radio și televiziune se realizează în sălile de curs ale Facultății de Științe ale Comunicării la sediul Redacțiilor de televiziune și radio din Bulevardul Ștefan cel Mare.

Curricula, în acord cu principiile de tip Bologna, este direcționată spre armonizarea ei în cadrul tuturor sistemelor de învățământ superior, compatibilitatea diplomelor și asigurarea mobilității specialiștilor în Uniunea Europeană. Studiile universitare de licență de 3 ani (șase semestre) oferă studenților cunoștințele și tehnicile de bază necesare activității în mass-media, PR, publicitate și comunicare, încheindu-se cu o diplomă de licență. În cea de-a doua etapă de pregătire, studiile masterale de doi ani (patru semestre) în domeniul comunicării în administrația publică vor asigura absolvenților un nivel superior de specializare.

SPECIALIZAREA COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

Studenții da la specializarea CRP, precum și viitorii masteranzi la Comunicare în Administrația Publică sunt și ei așteptați pe Platforma de televiziune și radio „Apollonia”, ca urmare a faptului că activitatea specialiștilor în aceste domenii este strâns interconectată cu canalele media menționate. Cu atât mai mult cu cât inclusiv instituțiile de radio și televiziune au nevoie de specialiști în comunicare și relații publice. Din această perspectivă reluăm aici și obiectivele directe urmărite prin practica specifică tocmai pentru a sublinia utilitatea cunoașterii specificului activității din redacțiile de radio și televiziune.

Anul I - CRP - Inițierea în activitatea practică de comunicare și relații publice:

Nr. crt.	Obiective	Punctaj	Obs.
	<i>I. Obiective specifice</i>	-	-
1	Să cunoască modul de organizare a lucrului în cadrul unui departament de comunicare și relații publice/publicitate;	10	
2	Să cunoască standardele aplicabile activității de relaționist/advertiser;	10	
3	Să cunoască rolul și responsabilitățile departamentului de comunicare și relații publice/publicitate;	10	
4	Să cunoască modul de concepere și redactare practică a materialelor de relații publice/publicitate;	10	
5	Să realizeze publicarea de materiale de relații publice/publicitate;	10	
6	Să cunoască modul de planificare a produsului de relații publice/publicitar;	10	
7	Să se familiarizeze cu structura organizațională specifică instituțiilor publice/culturale sau a societăților comerciale;	10	
8	Să identifice specificul instituției publice/culturale sau societății comerciale;	10	
9	Să cunoască modalitățile de desfășurare a activității de relaționist cu respectarea eticii și deontologiei profesionale.	10	
10	Să planifice produsul de relații publice/publicitar;	10	
	TOTAL	100	

Nr. crt.	Obiective	Punctaj	Obs.
	<i>II. Deprinderi practice:</i>	-	-
1	Să conceapă și să redacteze materialul pentru presă (comunicat de presă, dosar de presă, broșura instituției);	20	
2	Să elaboreze un material de relații publice/publicitar;	15	
3	Să realizeze o documentare de teren;	20	
4	Să realizeze o monitorizare a presei pentru un anumit eveniment;	15	
5	Să organizeze o conferință de presă sau un brainstorming;	10	
6	Să conceapă o strategie de comunicare pentru instituție/societate comercială luând în considerare obiectivele și publicul țintă;	10	
7	Să realizeze un plan de comunicare internă pentru instituție/societate comercială.	10	
	TOTAL anul I	200	

Anul II – CRP – Desfășurarea activităților specifice comunicării și relațiilor publice:

1. Reluarea și sintetizarea punctuală a tuturor obiectivelor parcurse în anul I de practică.
2. Desfășurarea activităților specifice și împlinirea baremurilor structurale pe nivelul următor, respectiv de complexitate medie și mare.
3. Întocmirea/redactarea efectivă a materialelor specifice pe domenii/subdomenii de referință.

Nr. crt.	Obiective	Punctaj	Obs.
	<i>I. Obiective specifice</i>	-	-
1	Să cunoască modul de organizare a lucrului în cadrul unui departament de comunicare și relații publice/publicitate;	10	
2	Să cunoască standardele aplicabile activității de relaționist/advertiser;	10	
3	Să cunoască rolul și responsabilitățile departamentului de comunicare și relații publice/publicitate;	10	
4	Să cunoască modul de concepere și redactare practică a materialelor de relații publice/publicitate;	10	
5	Să realizeze publicarea de materiale de relații publice/publicitate;	10	
6	Să cunoască modul de planificare a produsului de relații publice/publicitar;	10	
7	Să se familiarizeze cu structura organizațională specifică instituțiilor publice/culturale sau a societăților comerciale;	10	

8	Să identifice specificul instituției publice/culturale sau societății comerciale;	10	
9	Să cunoască modalitățile de desfășurare a activității de relaționist cu respectarea eticii și deontologiei profesionale.	10	
10	Să planifice produsul de relații publice/publicitar;	10	
	TOTAL	100	

Nr. crt.	Obiective	Punctaj	Obs.
	<i>II. Deprinderi practice:</i>	-	-
1	Să conceapă și să redacteze materialul pentru presa (comunicat de presa, dosar de presa, broșura instituției);	20	
2	Să elaboreze un material de relații publice/publicitar;	15	
3	Să realizeze o documentare de teren;	20	
4	Să realizeze monitorizarea presei pentru un anume eveniment.	15	
5	Să organizeze o conferință de presă sau un brainstorming;	10	
6	Să conceapă o strategie de comunicare pentru o instituție/societate comercială luând în considerare obiectivele și publicul țintă;	10	
7	Să realizeze un plan de comunicare internă pentru o instituție/societate comercială.	10	
	TOTAL	100	
	TOTAL anul II	200	

Anul III – CRP

1. Activitatea practică din anul III va fi îmbinată cu activitatea de redactare a lucrării practice de licență pe Platforma de pregătire sub îndrumarea periodică a coordonatorului de licență.

2. Partea teoretică care susține componenta de lucru practic va fi redactată simbiotic, după caz, în spațiul de referință al Universității „Apollonia” din Iași.

EVALUAREA PRACTICII STUDENȚEȘTI

1. Evaluarea activităților practice desfășurate (dosarul de practică).....70 puncte

Dosarul de practică trebuie să cuprindă:

- descrierea departamentelor în care își desfășoară stagiul de practică;
- descrierea activităților desfășurate pe parcursul stagiului de practică;
- un material redactat de student: de presă, de relații publice/publicitate, etc.

2. Colocviul (prezentarea dosarului de practică).....30 puncte