

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3. Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Publicitate
1.4. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Comunicare și Relații Publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ la distanță

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare mediatică				Codul disciplinei	ULR4312		
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină	Prof. univ. dr. Delia-Cristina Balaban (Bălaș)							
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect – tutorele	Asis. Dr. Maria Mustatea							
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	3	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DS
							Obligativitate	Obligatorie/ opțională DO

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore pe semestru – forma Învățământ la distanță	150	din care: 3.5. SI	28+94	3.6. AT (8) + TC (20)	8+20=28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual					ore
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					68
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)					2
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual		122			
3.8. Total ore pe semestru (număr ECTS x 25 de ore)		150			
3.9. Numărul de credite		6			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Înscrierea la cursul de Comunicare mediatică este condiționată de parcurgerea cursurilor de Introducere în comunicare și relații publice (an I, sem. I), Comunicare publicitară (anul I, sem. II). Se recomandă consultarea și reactualizarea cunoștințelor prezentate în cadrul cursurilor menționate anterior.
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Platforma eLearning a UBB
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><i>1. Cunoaștere și înțelegere</i> - cunoaște diferența dintre comunicare mediatică; cunoaște principalele repere în dezvoltarea comunicării mediatică ca știință; cunoaște definițiile, elementele, regulile și strategiile comunicării mediatică;</p> <p><i>2. Explicare și interpretare</i> - diferențiază domeniile de aplicare practică a cunoștințelor din domeniul comunicării mediatică;</p> <p><i>3. Instrumental – aplicative</i> - proiectează aplicarea unor metode de investigare în domeniul comunicării mediatică; realizează studii de specialitate în domeniul comunicării mediatică;</p> <p><i>4. Atitudinale</i> - manifestă interes față de domeniul comunicării mediatică;</p>
Competențe transversale	<p>Abordarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații-problemă complexe, cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</p> <p>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</p> <p>Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserției și a menținerii adaptabilității la cerințele pieței muncii.</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	1. Însușirea cunoștințelor de bază în domeniul teoriilor despre comunicarea mediatică.
7.2. Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarea unui limbaj de specialitate 2. Dezvoltarea gândirii critice și analitice, capacitatea de a realiza studii de specialitate în domeniul promovării media 3. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), inclusiv a <i>new media</i> 4. Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare

8. Conținuturi

8.1. SI	Metode de predare	Observații
1. Definiții și elemente ale comunicării mediatică: media, mass-media, new media, tipologii media, comunicarea de masă. Domeniile comunicării mediatică.	Studiu individual	10% din totalul SI
2. Teorii despre efectele media. Evoluția definiției efectelor, tipuri de efecte. Teoria stimul-răspuns, modelul S-O-R.	Studiu individual	10% din totalul SI
3. Efectul celei de-a treia persoane, teoria fluxului comunicării în doi pași, modelul cultivării, Agenda Setting, teoria utilizării și a recompenselor.	Studiu individual	10% din totalul SI
4. Fenomenul Fake News. Despre dezinformare.	Studiu individual	10% din totalul SI
5. Teoria Framing	Studiu individual	10% din totalul SI
6. Prezentarea principalelor paradigme din științele comunicării	Studiu individual	10% din totalul SI
7. Media clasică versus media digitală, social media. Despre viitorul media.	Studiu individual	10% din totalul SI
8. Cercetarea comunicatorului. Profesionalizarea comunicatorului.	Studiu individual	10% din totalul SI
9. Sistemul media din România în comparație cu sistemele media din alte țări.	Studiu individual	10% din totalul SI
10. Teorii privind selecția știrilor.	Studiu individual	5% din totalul SI
11. Public. Publicuri. Cercetarea utilizării media. Teoria despre sfera publică și opinia publică.	Studiu individual	5% din totalul SI
<p>Bibliografie: SUPPORT CURS: Balaban, Delia Cristina (2010): <i>Comunicare mediatică</i>, Tritonic, București.</p> <p>Balaban, Delia Cristina (2005): <i> Direcții de dezvoltare în știința comunicării</i>, în: <i> Revista Transilvană de științele</i></p>		

comunicării, nr.1/2005, p. 7-18.

Balaban, Delia Cristina (2007): *Locul și rolul British Cultural Studies în cercetarea efectelor media*, în: *Revista Transilvană de științele comunicării*, nr.4/2007, p. 30-35.

Balaban, Delia Cristina (2008): *Noi teorii în cercetarea efectelor comunicării media. Framing sau teoria cadrelor de interpretare*, în *Revista Media*, nr. 2/2008.

Coman, Mihai (1999), *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași.

DeFleur, Melvin / Ball-Rockeach, Sandra (1999): *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iași.

Dobrescu Paul/ Bârgăoanu, Alina/ Corbu Nicoleta (2007): *Istoria comunicării*, editura comunicare.ro, București.

John, N. A. (2016). *The Age of Sharing*. Polity Press

Kunczik, Michael/ Zipfel, Astrid (1998), *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Presa Universitară Clujeană.

McQuail, Denis /Windhal, Sven (2004): *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, editura comunicare.ro, București.

Van Dick, Jose (2013). *The Culture of Connectivity. A critical History of Social Media*, Oxford University Press.

8.2. AT	Metode de predare-învățare	Observații
Fenomenul Fake News.	Prezentare orală/ Activități interactive	
Teoria Framing	Prezentare orală/ Activități interactive	
Social media. Despre viitorul media.	Prezentare orală/ Activități interactive	
Public. Publicuri. Cercetarea utilizării media. Teoria despre sfera publică și opinia publică.	Prezentare orală/ Activități interactive Prezentare orală/ Activități interactive	

Bibliografie:

SUPPORT CURS: Balaban, Delia Cristina (2010): *Comunicare mediatică*, Tritonic, București.

Balaban, Delia Cristina (2005): *Direcții de dezvoltare în știința comunicării*, în: *Revista Transilvană de științele comunicării*, nr.1/2005, p. 7-18.

Balaban, Delia Cristina (2007): *Locul și rolul British Cultural Studies în cercetarea efectelor media*, în: *Revista Transilvană de științele comunicării*, nr.4/2007, p. 30-35.

Balaban, Delia Cristina (2008): *Noi teorii în cercetarea efectelor comunicării media. Framing sau teoria cadrelor de interpretare*, în *Revista Media*, nr. 2/2008.

Coman, Mihai (1999), *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași.

DeFleur, Melvin / Ball-Rockeach, Sandra (1999): *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iași.

Dobrescu Paul/ Bârgăoanu, Alina/ Corbu Nicoleta (2007): *Istoria comunicării*, editura comunicare.ro, București.

John, N. A. (2016). *The Age of Sharing*. Polity Press

Kunczik, Michael/ Zipfel, Astrid (1998), *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Presa Universitară Clujeană.

McQuail, Denis /Windhal, Sven (2004): *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, editura comunicare.ro, București.

Van Dick, Jose (2013). *The Culture of Connectivity. A critical History of Social Media*, Oxford University Press.

8.3. TC	Metode de transmitere a informației	Observații
Elaborați un eseu despre tema fake news	Studiu individual + interacțiune cu tutorele	
Utilizați una dintre teoriile efectelor media într-o situație particulară legată de social media	Studiu interactiv + interacțiune cu tutorele	

Bibliografie:

SUPPORT CURS: Balaban, Delia Cristina (2010): *Comunicare mediatică*, Tritonic, București.

Balaban, Delia Cristina (2005): *Direcții de dezvoltare în știința comunicării*, în: *Revista Transilvană de științele*

comunicării, nr.1/2005, p. 7-18.
 Balaban, Delia Cristina (2007): *Locul și rolul British Cultural Studies în cercetarea efectelor media*, în: *Revista Transilvană de științele comunicării*, nr.4/2007, p. 30-35.
 Balaban, Delia Cristina (2008): *Noi teorii în cercetarea efectelor comunicării media. Framing sau teoria cadrelor de interpretare*, în *Revista Media*, nr. 2/2008.
 Coman, Mihai (1999), *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași.
 DeFleur, Melvin / Ball-Rockeach, Sandra (1999): *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iași.
 Dobrescu Paul/ Bârgăoanu, Alina/ Corbu Nicoleta (2007): *Istoria comunicării*, editura comunicare.ro, București.
 John, N. A. (2016). *The Age of Sharing*. Polity Press
 Kunczik, Michael/ Zipfel, Astrid (1998), *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Presa Universitară Clujeană.
 McQuail, Denis /Windhal, Sven (2004): *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, editura comunicare.ro, București.
 Van Dick, Jose (2013). *The Culture of Connectivity. A critical History of Social Media*, Oxford University Press.

8.4. AA	Metode de predare-învățare	Observații
Nu este cazul		
Bibliografie:		

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

Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.
 Identificarea rolurilor profesionale specifice și realizarea unei descrieri a acestora.
 Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de dezvoltare profesională, utilizând în acest sens resursele comunicaționale și tehnologice.

10. Evaluare

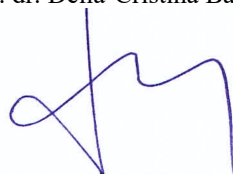
Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. SI (curs)	Studentii vor da un examen scris în care vor trebui să demonstreze înțelegerea și recunoașterea conceptelor studiate în prealabil.	Examen	60%
10.5. TC / AA	Elaborarea unor teme de control, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul comunicării mediatice	Eseu fake news Teorie efecte media în social media	20% 20%

10.6. Standard minim de performanță

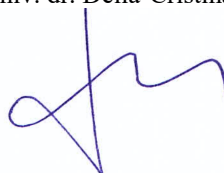
La finalul semestrului studenții trebuie să cunoască principalele teorii privind efectele media, să cunoască aspecte legate de sistemul media din România și evoluția sa.

Coordonator de disciplină
 Prof. univ. dr. Delia-Cristina Balaban (Bălaș)

Tutore de disciplină
 Drd. Maria Mustatea




Responsabil de studii ID,
 Prof. univ. dr. Delia-Cristina Bălaș



Data
 Septembrie 2020

