

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, ADMINISTRATIVE ȘI ALE COMUNICĂRII
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE JURNALISM
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studiu / Calificarea	JURNALISM

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Introducere în științele sociale: Sociodinamica comunicării						
2.2 Titularul activităților de curs	Dr. Claudia Chiorean						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dr Claudia Chiorean						
2.4 Anul de studii	II	2.5 Semestrul	III	2.6. Tipul de evaluare	Colocviu	2.7 Regimul disciplinei	Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					1
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					1
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități: .....					
3.7 Total ore studiu individual			14		
3.8 Total ore pe semestru			56		
3.9 Numărul de credite			4		

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

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

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

5.1 De desfășurare a cursului	• Informațiile parcurse în cadrul cursului de <i>Introducere în științele comunicării</i> vor fi utile în acest nou context informational.
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	•

### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p><b>C3.1</b> Identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la comunicarea mediatică, la segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență / public</p> <p><b>C3.2</b> Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare în funcție de specificul canalului și al produsului media</p> <p><b>C5.3</b> Gestionarea situațiilor de comunicare, mediere, negociere și dezbateră publică cu ajutorul mijloacelor de informare publică, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect</p>
<b>Competențe transversale</b>	<p><b>CT1</b> Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</p> <p><b>CT3</b> Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familiarizarea cu conceptele comunicării în cadrul științelor sociale.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exemplificări și analize pe practicile de presă scrisă și audio-vizuale.</li> <li>Contextualizarea comunicării în raport cu noile mijloace de comunicare.</li> <li>Stabilirea efectelor comunicării asupra publicului receptor.</li> <li>Identificarea perspectivelor comunicationale viitoare.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Societatea comunicării. Dinamica și dimensiunile comunicării mediatizate din perspectiva diacronică.	Prelegere interactivă.	
2. Comunicarea online/ mediata în spațiul alterității. Comunicarea – un proces. Strategia de comunicare.	Dezbaterea, Invatarea prin descoperire. Exerciții argumentative.	
3. Conținuturi și forme în comunicarea mediată.	Dezbatere, Invatarea prin descoperire. Exerciții argumentative.	
4. Dramaturgia media și determinismul tehnologic. Construirea scenariilor sociale. Autoconfirmarea profetiilor media.	Dezbatere, Exerciții argumentative.	
5. Nivelul simbolic al comunicării. Mesajul - o formă cu sens și cu semnificație de prelucrare informațională în media.	Prelegere interactivă. Invatarea prin descoperire.	
6. Funcții și disfuncții ale comunicării mediatizate (zvonul, dezinformarea, fake news, ...).	Demonstratia, Dezbaterea, Exerciții aplicative	
7. Stereotipul, prejudecata/ discriminarea - efecte ale unei comunicări distorsionate.	Dezbaterea, Modelarea	
8. Comportamente de consum mediatic. Tipuri și prototipuri..	Expunerea, Dezbaterea,	
9. E-marketingul și comunicarea în spațiul digital.	Brainstorming Metoda activ-participativă a <i>cubului</i>	

10 Publicitatea – copilul teribil al comunicării mediatizate.	Metoda activ-participativă <i>Diagrama Venn</i> Demonstratia	
11. De la specialist in relatii publice la manager de continut on-line.	Metoda activ-participativă <i>jurnalul cameleon</i>	
12. Comunicarea in e-politica si cetatenia activa: Aitudini comunicationale sociale.	Dezbaterea, demonstratia Metoda activ-participativă <i>Diagrama Venn</i>	
13. Rolurile sociale în noul <i>sat global</i> (M. McLuhan). Socializarea prin comunicare a unei lumi tehnologizate.	Joc didactic ( <i>gamefication in education</i> )	
14. Retrospectiva temelor abordate pe parcursul anului universitar.	Exerciții argumentative	

**Bibliografie:**

1. Armand Matterlat, Michele Matterlat, *Istoria teoriilor comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2001.
2. Bernard Meige, *Gândirea comunicatională*, Cartea Românească, București, 1998.
3. Christian Baylon, Xavier Mignot, *Comunicarea*, Iași, Editura Universității Al. I. Cuza, 2000.
4. Daniel Bougnoux, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Editura Polirom, 2000.
5. Doina Ruști, *Mesajul subliminal în comunicarea actuală*, Editura Tritonic, București, 2004.
6. Douglas Kellner, *Cultura media*, Iași, Institutul European, 2001.
7. Erving Goffman, *Viața cotidiană ca spectacol*, București, Ed. Comunicare.ro, 2007.
8. Gabriel Thoveron, *Comunicarea politică azi*, București, Editura Antet, 1996.
9. J.J. van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, București, Humanitas, 2004.
10. Lucien Sfez, *O critică a comunicării*, București, Editura Comunic.ro, 2002.
11. Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson, *Comunicarea umană. Pragmatică, paradox și patologie*, Editura Trei, 2014.
12. Pierre Zemor, *Comunicare publică*, Institutul European, 2003.
13. Remy Rieffel, *Sociologia mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.
14. Ștefan Prutianu, *Manual de comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2000.
15. Tatiana Slama-Cazacu, *Strategeme comunicationale și manipularea*, Iași, Polirom, 2000.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Rezistența la informație: Gândirea lentă și gândirea rapidă. Argumentarea realității și tehnologia	Metoda activ-participativă <i>jurnalul cameleon</i> . Dezbaterea	
2. Sociologia in online - Bologosfera sau Eul ca discurs sociotehnic.	Brainstorming Metoda activ-participativă a <i>cubului</i>	
3. Conștient/inconștient, liminal/subliminal, în mesajul comunicării mediatizate.	Modelarea Dezbaterea. Exerciții	
4. Publicul activ. Comportamentul mimetic al consumatorului de media.	Dezbaterea. Exerciții	
5. Social media și viralele. De la persuasiune la propaganda.	Învățarea prin descoperire Exerciții	
6. Internetul și cultura virtualului. Lumi reale și lumi virtuale (de ex. Second Life)	Metoda activ-participativă <i>Diagrama Venn</i> Exerciții	

7. Roluri sociale în e-politică, e-marketing, publicitate, social media.	Dezbaterea. Invatarea prin descoperire Exercitii	
<b>Bibliografie</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alin Gavreliuc, <i>De la realtiile interpersonale la comunicarea sociala</i>, Polirom , Iasi, 2007.</li> <li>2. Cialdini, R.B. (2004). <i>Psihologia persuasiunii</i>, București: Business Tech International Press.</li> <li>3. Curșeu, P.L: (2007). Cap. 2 <i>Teorii fundamentale și perspective teoretice în studiul grupurilor organizaționale</i>. În <i>Grupurile in organizatii</i>, Editura Polirom: Iași</li> <li>4. Daniel Kahmenam, <i>Gandire rapida, gandire lenta</i>, Editura Publica, 2011.</li> <li>5. Drozda-Senkowska, E. (2000). <i>Influența socială</i>, Polirom: Iași</li> <li>6. Emmanuel Pedler, <i>Sociologia comunicării</i>, București, Editura Cartea Românească, 2001.</li> <li>7. Jean Lohisse, <i>Comunicarea de la transmiterea mecanică la interacțiune</i>, Iași, Polirom, 2002.</li> <li>8. Octavian Mihail Sachelarie, Victor Petrescu, <i>Sociologia comunicării</i>, Editura Paralela 45, 2006.</li> <li>9. Patrick Leomte, <i>Comunicare, televiziune democrație</i>, Editura Tritonic, București, 2004.</li> <li>10. Roland Barthes, <i>Mitologii</i>, Iași, Institutul European, 1997.</li> <li>11. Serge Moscovici, <i>Psihologia socială sau mașina de fabricat zei</i>, Iași, Polirom, Editura</li> <li>12. Zimbardo, P (2006). <i>Commentary-On rethinking the psychology of tyranny: The BBC prison study</i>. <i>British Journal of Social Psychology</i>, 45, 47-53</li> </ol>		

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

Ghidarea comportamentului profesional într-un context global de pe poziția de comunicatori responsabili în spațiul public, respectând codurile profesionale recunoscute.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Documentare riguroasa, pertinenta continutului, argumentare logica, coerenta.	Dezbaterea subiectelor propuse la curs.	40%
10.5 Seminar/laborator	După activitatea la seminar	O strategie de comunicare pentru o produs/serviciu in spatiul on-line si off-line, inspirata din pasiunile personale.	50%
			10 %= 1 p. din oficiu
10.6 Standard minim de performanță			
Documentarea, conceperea si redactarea strategiei comunicationale pentru un pordus/serviciu promovat in mediul on-line si off-line.			

Data completării

.....

Data avizării în departament

.....

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura directorului de departament

Semnătura titularului de seminar

.....

.....