



FIȘA DISCIPLINEI

Sociologia comunicării și mass media

Anul universitar 2026-2027

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Facultatea de Sociologie și Asistență Socială
1.3. Departamentul	Sociologie
1.4. Domeniul de studii	Sociologie
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Sociologie, Resurse Umane / Licențiat în Sociologie
1.7. Forma de învățământ	Cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Sociologia comunicării și mass media			Codul disciplinei	ALR1602
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. Univ. Dr. Dan CHIRIBUCĂ				
2.3. Titularul activităților de seminar	Dr. Ionela RĂCĂȚĂU				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	Colocviu
2.7. Regimul disciplinei	Obligativu		2.8. Tipul disciplinei	Disciplină de specializare (DS)	

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/ proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	48	din care: 3.5. curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					61
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				127	
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	Sala de curs, proiector, pc, tablă, acces platforme online: MS-Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Sala de curs, proiector, pc, tablă, acces platforme online: MS-Teams

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii (se preiau din planul de învățământ)¹

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP2	Studiază societăți umane.
CP4	Observă comportamentul uman.
CP12	Sintetizează informații.
CP17	Interpretează datele actuale.
CP18	Aplică cunoștințe despre comportamentul uman.
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT2	Prelucrează informațiile, ideile și conceptele.

6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii (se preiau din planul de învățământ)²

Rezultatele învățării vizate prin disciplină			
Codul competenței	Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)	Abilități academice specifice (Specific academic skills)	Responsabilitate și autonomie
CP2	RI7 RO: 7. Studentul/a/Absolventul/a explică și interpretează problemele și conflictele sociale și organizaționale, inclusiv prin analiza curentelor de opinie publică pe baza cercetărilor de teren.	RI7 RO: 7. Studentul/a/Absolventul/a implementează strategii metodologice de diagnoză și prognoză socio-culturală și organizațională.	RI7 RO: 7. Studentul/a/Absolventul/a ia decizii informate și își asumă responsabilitatea intervențiilor în gestionarea problemelor sociale și organizaționale.
CP17	RI13 RO: 13. Studentul/a/Absolventul/a descrie conceptele, metodele și instrumentele utilizate în analiza și interpretarea datelor provenite din surse diverse (date de piață, documente științifice, chestionare), precum și rolul acestora în	RI13 RO: 13. Studentul/a/Absolventul/a analizează și interpretează date actuale provenite din surse multiple, utilizând tehnici adecvate pentru a identifica tendințe, relații și implicații relevante pentru dezvoltare și	RI13 RO: 13. Studentul/a/Absolventul/a interpretează în mod ghidat rezultatele analizelor de date și formulează concluzii argumentate, asumând responsabilitatea utilizării corecte a datelor și a limitelor interpretării acestora în



	evaluarea proceselor sociale și organizaționale.	inovare în domeniul de expertiză.	contexte profesionale și de cercetare.
--	--	-----------------------------------	--

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul/a Studentul/a/Absolventul/a explică și interpretează problemele și conflictele sociale și organizaționale, inclusiv prin analiza curentelor de opinie publică pe baza cercetărilor de teren., în contextul disciplinei Sociologia comunicării și mass media. 2. Studentul/a Studentul/a/Absolventul/a descrie conceptele, metodele și instrumentele utilizate în analiza și interpretarea datelor provenite din surse diverse (date de piață, documente științifice, chestionare), precum și rolul acestora în evaluarea proceselor sociale și organizaționale., în contextul disciplinei Sociologia comunicării și mass media.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/a Studentul/a/Absolventul/a implementează strategii metodologice de diagnoză și prognoză socio-culturală și organizațională., valorificând abordările specifice disciplinei Sociologia comunicării și mass media. 2. Studentul/a Studentul/a/Absolventul/a analizează și interpretează date actuale provenite din surse multiple, utilizând tehnici adecvate pentru a identifica tendințe, relații și implicații relevante pentru dezvoltare și inovare în domeniul de expertiză., valorificând abordările specifice disciplinei Sociologia comunicării și mass media.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în tematica disciplinei. Prezentarea tematicii și a obiectivelor. Prezentarea resurselor bibliografice, a cerințelor privind activitățile studenților în timpul semestrului și a criteriilor de evaluare. Circumscrieri paradigmatică ale comunicării.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
2. Comunicarea umană - definiție și clarificări conceptuale. Aspectele definitorii ale comunicării sociale. Limitele paradigmei mecaniciste. Specificul abordărilor semiotice. Comunicarea ca ritual. Elementele interacțiunii comunicaționale: participanți, mijloace, conținuturi.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
3. Tipuri de comunicare. Criterii și dimensiuni relevante. Participanți, limbaje și coduri, situații, contexte, domenii de utilizare. Tipologii ale mass-media. Noile media, internetul și redefinirea mediilor tradiționale.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	4
4. Comunicarea non-verbală. Limbaje nonverbale și caracteristicile comunicării non-verbale. Paralimbajul și limbajele corporale. Proxemica. Artefactele. Limbajul timpului.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2



5. Funcțiile comunicării. Modelul lui Jakobson. Funcții instrumentale versus funcții persuasive. Cerințe și roluri asociate interacțiunilor comunicaționale: nevoi identitare, nevoi sociale. Mizele comunicării conform teoriei proceselor comunicaționale. Funcțiile comunicării de masă	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
6. Comunicarea ca proces de influență. Tipuri de abordări. Factori ce determină influența. Tipuri de efecte. Efectele mass-media.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	3
7. Comunicarea politică. Actorii comunicaționali: organizațiile politice, mass media, publicul. Publicitatea politică, comunicarea politică de partid. Activități de relații publice specifice comunicării politice: managementul media, managementul imaginii, managementul informațiilor, comunicarea internă. Studiu de caz.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
8. Campanii comunicaționale. Atribute definitorii. Obiectivele campaniilor de comunicare. Factori care influențează eficiența unei campanii comunicaționale. Prezentarea unui studiu de caz	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
9. Comunicarea socială și mizele ei. Atribute definitorii. Tipuri de comunicare publicitară. Roluri și funcții. Strategii persuasive. Metode și tehnici de analiză a comunicării publicitare: analiza imaginilor publicitare; cercetarea evaluativă: memorabilitatea, persuasivitatea, teste comunicaționale.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	3
10. Cultura media, politică și ideologie. Școala de la Frankfurt. Studiile culturale britanice. Ideologia și cultura media. Lectura politică a produselor media: filmul de ficțiune, știrile.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
11. Comunicarea – instanță structurantă a spațiului social: audiența. Definiții și tipuri; obiectivele cercetărilor publicului. Abordări structurale, behavioriste și socioculturale în cercetarea audienței. Audiența definită de instanțele media și de conținuturile acestora. Dimensiunea spațială și temporală a circumscrierii	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2



audienței. Noile media și influența acestora asupra redefinirii audienței		
12. Metode de cercetare a comunicării și mass-media. Elemente specifice cercetărilor comunicaționale. Abordări cantitative și calitative. Analiza conținuturilor vizuale	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
Bibliografie		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere. Tematică și obiective. Resurse și bibliografie. Evaluare	Prezentare interactivă	2 ore
2. Comunicarea umană - definiție și clarificări conceptuale. Aspectele definitorii ale comunicării sociale. Modele teoretice majore ale comunicării: modelul liniar, modelul producerii și schimbului de semnificații, modelul socio-cultural. Exerciții de identificare a unor probleme de comunicare, a asumpțiilor despre ce înseamnă și cum funcționează comunicarea, conținute în diverse texte și imagini din mass-media și din new-media.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	4 ore
3. Tipuri de comunicare. Criterii și dimensiuni relevante. Participanți, limbaje și coduri, situații, contexte, domenii de utilizare. Caracteristicile comunicării competente. Tipologii ale mass-media. Noile media, internetul și reconfigurarea comunicării de masă.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	4 ore
4. Limbajele non-verbale. Caracteristicile comunicării non-verbale; complementaritatea verbal-nonverbal; tipuri de comunicare non-verbală. Analiza unor situații de interacțiune comunicațională nonverbală.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	2 ore
5. Comunicarea ca proces de influență. Efectele mass-media. Impactul social al CMC, noilor media și internetului. Determinism tehnologic și constructivism social.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	6 ore
6. Comunicarea publicitară. Tipuri de comunicare publicitară. Rolurile și funcțiile publicității. Strategii persuasive utilizate în comunicarea publicitară. Metode și tehnici de analiză a comunicării publicitare. Campanii de comunicare	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz	4 ore



7. Ideologia și cultura media. Analiză, interpretare și comentariu critic al conținuturilor ideologice din mass-media. Vizionare film	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz	2 ore
8. Metode de cercetare a comunicării și mass-media. Abordări cantitative și calitative. Analiza conținuturilor vizuale. Aplicații în contexte sectoriale: comunicarea și cultura corporatistă; reprezentări de gen în mass-media și new media	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz	2 ore
9. Prezentarea proiectelor de cercetare		2 ore

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

James Curran, David Hesmondhalgh (eds.), Media and Society, Bloomsbury Academic, 2019

Dan Chiribucă, Communication: theories, frameworks and processes, Eikon, 2013

Denis McQuail, Mark Deuze, McQuail's Media and Mass Communication Theory, Sage, 2020

John Fiske, Introducere în științele comunicării, Polirom, 2003

Manuel Castells, Communication power, Oxford University Press, 2009

Robert S. Fotner, P. Mark Fackler, The Handbook of Media and Mass Communication Theory, Wiley Blackwell, 2014

Simon Lindgren, Digital Media and Society, Sage, 2021

9. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Intervenții și comentarii pe baza unor lecturi, referate, proiecte, analize personale	Evaluare continuă	60%
	Examen	Examen scris	
9.5 Seminar/laborator	Calitatea prezentărilor și a intervențiilor realizate	Evaluare continuă	40%
	Prezentarea unui proiect de cercetare	Colocviu	

9.6 Standard minim de performanță

Plagiatul va fi sancționat conform reglementărilor universitare, inclusiv prin neacordarea punctajului pentru lucrarea plagiată.

Pentru promovare studentul trebuie să obțină minim 5 puncte din max. 10 puncte și note de minim 5 la ambele activități, curs și seminar



10. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)¹

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							

Data completării:

Data avizării în departament:
14.09.2026

Ionuț Foldes

¹ Păstrați doar etichetele care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivesc disciplinei și ștergeți-le pe celelalte, inclusiv eticheta generală pentru *Dezvoltare durabilă* - dacă nu se aplică. Dacă nicio etichetă nu descrie disciplina, ștergeți-le pe toate și scrieți "Nu se aplică".