

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Sociologie și Asistență Socială
1.3 Departamentul	Sociologie
1.4 Domeniul de studii	Sociologie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Sociologie, Resurse Umane

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Sociologia comunicării și mass-media						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Dan Chiribucă						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dr. Adriana Teodorescu, Dr. Ionela Răcățiu						
2.4 Anul de studiu		2.5 Semestrul		2.6. Tipul de evaluare		2.7 Regimul disciplinei	Obligatoriu

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	3.2 Din care: curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 Din care: curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					32
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					5
Examinări					2
Alte activități: .....					0
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de curs, proiector, pc, tablă, acces platforme online: MS-Teams, Zoom</li> </ul>
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de curs, proiector, pc, tablă, acces platforme online: MS-Teams, Zoom</li> </ul>

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proiectarea și realizarea de cercetări sociologice (culegere, prelucrare și analiză de date sociale) în organizații și comunități, cercetări culturale, studii de piață etc</li> <li>• Gestionarea sistemelor de date sociale</li> <li>• Diagnoza problemelor sociale/ sociologice și analiza și aplicarea de politici publice și sociale</li> <li>• Identificarea, analiza (explicarea) și soluționarea de probleme și conflicte sociale în organizații și comunități</li> <li>• Consiliere profesională și de integrare socială</li> <li>• Analiza comunicării sociale și a mass-media</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea strategiilor de muncă riguroasă, eficientă, de punctualitate și răspundere personală față de rezultat, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatică de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă</li> <li>• Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională</li> <li>• Utilizarea unei limbi de circulație internațională pentru studiul bibliografiei, redactarea textelor științifice și prezentarea rezultatelor unui public internațional</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu principalele paradigme utilizate la ora actuală în analiza comunicării, a comunicării de masă și mass media
7.2 Obiectivele specifice	<p>Dezvoltarea capacității de a utiliza concepte, teorii, paradigme și metodologii specifice disciplinei în contexte aplicate.</p> <p>Dezvoltarea capacității de a analiza și evalua strategii și procese de comunicare ce au loc în mediul social real</p> <p>Dezvoltarea capacității de a elabora proiecte de cercetare și intervenție în domeniul comunicării și mass-media</p>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Obser-vații
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 paradigmatelor 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 audienței. Noile media și influența acestora asupra redefinirii audienței	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
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
<b>8.2 Seminar</b>	Metode de predare	Obser- -vații
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 asumțiilor 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
<b>8.3 Bibliografie</b>		
Dan Chiribucă, Communication: theories, frameworks and processes, Eikon, 2013		
Manuel Castells, Communication power, Oxford University Press, 2009		
John Fiske, Introducere în științele comunicării, Polirom, 2003		
Alex Muchielli, Arta de a comunica, Polirom, 2005		
Shoshana Zuboff, The Age of Surveillance Capitalism, PublicAffairs New York, 2019		
Robert S. Fotner, P. Mark Fackler, The Handbook of Media and Mass Communication Theory, Willey Blackwell, 2014		
Denis McQuail, Mass Communication Theory, Sage, 2010		

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

Conținuturile sunt coroborate cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul programului

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Intervenții și comentarii pe baza unor lecturi, referate, proiecte, analize personale	Evaluare continuă	10%
	Examen	Examen scris	50%
10.5 Seminar/laborator	Calitatea prezentărilor și a intervențiilor realizate	Evaluare continuă	10%
	Prezentarea unui proiect de cercetare	Colocviu	30%
10.6 Standard minim de performanță : nota 5 examen scris; nota 5 seminar			

Data completării: 12.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

 

Data avizării în departament: 15.09.2020

Semnătura directorului de departament

