

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	MEDIA DIGITALA

2. Date despre disciplină

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

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

Competențe profesionale	<p>C3.1 Identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la comunicarea mediatică din perspectiva științelor sociale.</p> <p>C3.2. Segmentarea publicului țintă și adaptarea comunicării la dinamica diverselor tipuri de audiență / public</p> <p>C3.3 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare în funcție de specificul canalului și al produsului media</p> <p>C5.3 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>
Competențe transversale	<p>CT1 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>CT3 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"> Familiarizarea cu conceptele comunicării în cadrul științelor sociale.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Exemplificări și analize de practici din spațiul mediei digitale. Contextualizarea comunicării în raport cu noile mijloace de comunicare. Stabilirea efectelor comunicării asupra publicului receptor. Identificarea perspectivelor comunicationale viitoare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Individ – Text - Context în științele sociale (filosofie, sociologie, psihologie, politologie, antropologie, economie, geografie umană, etc)	Prelegere interactivă.	
2 Prezentări și reprezentări ale Individului în spațiul digital din perspectiva filosofiei sociale.	Dezbateră, Învățarea prin descoperire. Exerciții argumentative.	
3. Spațiul alterității digitale în concepția sociologilor.	Dezbateră, Învățarea prin descoperire. Exerciții argumentative.	
4. Locul mentalităților colective/individuale, a imaginarului colectiv din spațiul digital în istoria mentalităților.	Dezbateră, Exerciții argumentative.	
5. Ideologii politice inovatoare/reinterpretate/consacrate în spațiul online. Mitologii politice actuale.	Prelegere interactivă. Învățarea prin descoperire.	
6. Cultura digitală între continuitate și inovație.	Demonstratia, Dezbateră, Exerciții aplicative	
7. Comunicarea digitală – un spațiu existențial. Conținut și formă în comunicarea digitală	Dezbateră, modelarea	
8. Teorii ale comunicării.	Expunerea, Dezbateră,	
9. Funcțiile comunicării în spațiul digital	Brainstorming Metoda activ-participativă a <i>cubului</i>	

10 Mesajul – sens si semnificatie.	Metoda activ-participativa <i>Diagrama Venn</i> Demonstratia	
11. Publicul si comportamentele de consum in economia online.	Metoda activ-participativa <i>jurnalul cameleon</i>	
12. Geografia unana in context digital actual. Demografia. Migratia.	Dezbaterea, demonstratia Metoda activ-participativa <i>Diagrama Venn</i>	
13. Roluri sociale în noul <i>sat global</i> (M. McLuhan)	Joc didactic (<i>gamefication in education</i>)	
14. Civilizatia digitala. Moralitate, valori, conceptii de viata.	Exerciții argumentative	

Bibliografie:

1. Ashley, Christy, and Tracy Tuten (2015). Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. *Psychology & Marketing*, 32 (1), 15–27.
2. Batra, Rajeev, and Kevin Lane Keller (2016), Integrating Marketing Communications: New Findings, New Lessons, and New Ideas. *Journal of Marketing*, 80 (6), 122–45
3. Berger, L., Peter, Luckmann, Thomas, *Construirea socială a realității*, *Tratat de sociologia cunoașterii*, Ed.Univers, București, 1999.
4. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The digitization of just about everything. In *The Second Machine Age: Work, Progress, And Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. WW Norton & Company
5. Charlesworth, A. (2015) An introduction to social media marketing (electronic resource). London: Routledge. Available at: <http://site.ebrary.com/lib/roehampton/Doc?id=10988445>.
6. Doina Ruști, *Mesajul subliminal în comunicarea actuală*, Editura Tritonic, București, 2004.
7. Douglas Kellner, *Cultura media*, Iași, Institutul European, 2001.
8. Erving Goffman, *Viața cotidiană ca spectacol*, București, Ed. Comunicare.ro, 2007.
9. Gabriel Thoveron, *Comunicarea politică azi*, București, Editura Antet, 1996.
10. I.- A.Pop, *Istoria adevărul și miturile*, Buc., Ed. Enciclopedică, 2002.
11. J. Le Goff, *Imaginarul medieval*, Buc., Ed. Meridiane, 1991.
12. J.-J. Wunenburger, *Utopia sau criza imaginarului*, Cluj-Napoca, Dacia, 2001.
13. L Boia, *Pentru o istorie a imaginarului*, Buc., Humanitas, 2000.
14. Lucien Sfez, *O critică a comunicării*, București, Editura Comunic.ro, 2002.
15. Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson, *Comunicarea umană. Pragmatică, paradox și patologie*, Editura Trei, 2014.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1 Filosofia iluminista. Teoria contractului social	Metoda activ-participativa <i>jurnalul cameleon</i> . Dezbaterea	
2. Secularizare si resacralizare in postmodernism.	Brainstorming Metoda activ-participativa a <i>cubului</i>	
3 Cultura organizationala.	Modelarea Dezbaterea. Exercitii	
4 Structura unui plan de comunicare online	Dezbaterea. Exercitii	
5. Termeni cheie in comunicarea online.	Invatarea prin descoperire Exercitii	

6. Reprezentare individuala in online.	Metoda activ-participativa <i>Diagrama Venn</i> Exercitii	
7. Ecologia populatiei in online	Dezbaterea. Invatarea prin descoperire Exercitii	

Bibliografie

1. Alin Gavreliuc, *De la realtiile interpersonale la comunicarea sociala*, Polirom , Iasi, 2007.
2. Curșeu, P.L: (2007). Cap. 2 *Teorii fundamentale și perspective teoretice în studiul grupurilor organizaționale*. În *Grupurile in organizatii*, Editura Polirom: Iași
3. Daniel Kahmenam, *Gandire rapida, gandire lenta*, Editura Publica, 2011.
4. Drozda-Senkowska, E. (2000). *Influența socială*, Polirom: Iași
5. Emmanuel Pedler, *Sociologia comunicării*, București, Editura Cartea Românească, 2001.
6. Jean Lohisse, *Comunicarea de la transmiterea mecanică la interacțiune*, Iași, Polirom, 2002.
7. Octavian Mihail Sachelarie, Victor Petrescu, *Sociologia comunicării*, Editura Paralela 45, 2006.
8. Patrick Leomte, *Comunicare, televiziune democrație*, Editura Tritonic, București, 2004.
9. R.Girardet , *Mituri și mitologii politice*, Iași, Institutul European, 1997.
10. Remy Rieffel, *Sociologia mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.
11. Roland Barthes, *Mitologii*, Iași, Institutul European, 1997.
12. Serge Moscovici, *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*, Iași, Polirom, Editura
13. T.Nicoară, *Introducere în istoria mentalităților colective*, Cluj-Napoca,1995.
14. Tatiana Slama-Cazacu, *Stratagemme comunicaționale și manipularea*, Iași, Polirom, 2000.

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.	30%
10.5 Seminar/laborator	După activitatea la seminar	Portofoliu: plan de comunicare, scrisoare de motivatie, plan de cariera.	60%
			10 %= 1 p. din oficiu

10.6 Standard minim de performanță

Documentarea, conceperea si redactarea strategiei comunicationale pentru un produs/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

.....

.....