

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	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Media digitală

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Psihologie media						
2.2 Titularul activităților de curs	Dr Claudia Chiorean						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dr. Claudia Chiorean						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	OBL

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	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	48	Din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					10
Examinări					2
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual	77				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunostintele dobandite in urma studierii: <i>Teoria noilor media și Introducere in știința comunicarii si a relațiilor publice</i>
4.2 de competențe	Utilizarea PC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Acces la internet si PC-uri
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare • C3.1 Identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la comunicarea în media digitală, la segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență / public • C3.3 Utilizarea unor modele, grile, teste, proceduri și soft-uri adecvate pentru rezolvarea problemelor privind segmentarea publicului țintă și cu care se confruntă publicul țintă
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice • CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea capacității de analiză a corespondențelor dintre individ și context comunicational, media, tehnologie
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Însusirea conceptelor de bază: comportament uman, profilul consumatorului de media, factori motivaționali, factori decizionali, efecte, efecte comportamentale, noile tehnologii, media digitală • Identificarea tipologiei și variabilității publicului/audienței implicate în media digitală. • Identificarea efectelor tehnologiei din media digitală asupra individului și asupra societății.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definierea conceptelor: psihologia media, factorul uman, factorul tehnologic (media digitală), efecte, interacțiune media - psihologie	Prezentare multimedia, discuții	
2. Specificul psihologic al prosumerului utilizator de media digitală în era tehnologiei	Observația, experimentul	
3. Factorii psihologici, sociali, culturali, economici, ...care determină comportamentele comunicationale/de consum/de generare în spațiul digital	Observația, exercitiul	
4. Procesul decizional al comportamentului de comunicare/implicare/consumare/producere în media digitală	Observația, demonstrația, dezbaterile	
5. Consecințe culturale ale utilizării spațiului online	Prezentare multimedia	
6. Consecințe sociale ale utilizării spațiului online.	Prezentare multimedia, dezbateri	
7. Importanța economică a cunoașterii profilului psihologic al prosumerului de media digitală.	Prezentare multimedia	

Dezvoltarea media din perspectiva satisfacerii nevoilor utilizatorilor		
8. Consecințe individuale ale consumului, producerii, utilizării de informații în spațiul digital	Exercițiul, aplicații, dezbateri	
9. Elemente de etică comunicării în spațiul online	Observația sistematică, dezbateri	
10. Media digitală – un spațiu propice manifestării creative a utilizatorului.	Problematizarea, dezbateri	
11. Media digitală – o sursă de perpetuare a stereotipurilor de gândire, limbaj, comportament.	Problematizarea, dezbateri	
12. Media digitală – un spațiu propice declanșării și manifestării patologiilor psihologice	Dezbateri	
13. Reactualizarea cunoștințelor	Demonstrație practică	
14. Evaluarea finală	Test	

Bibliografie

- Amory, A., Naicker, K., Vincent, J., & Adams, C. (1999). The use of computer games as an educational tool: Identification of appropriate game types and game elements. *British Journal of Educational Technology*, 30(4), 311-321.
- Coltrane, S., & Messineo, M. (2000). The perpetuation of subtle prejudice: Race and gender imagery in 1990s television advertising [Electronic Version]. *Sex Roles: A Journal of Research*, 42. Retrieved October 12, 2007, from JStor.
- Derwin, E. B., de Merode, J., & Shayne, J. (2006). Analysis of the media psychology journal content. Unpublished Presentation. Fielding Graduate University.
- Diesch, C. L. F., & Caldwell, J. (1993). Where are the experts? Psychologists in the media. Paper presented at the 101st annual convention of the American Psychological Association. from <http://www.apa.org/divisions/div46/articles.html>
- Fischhoff, S. (2005). Media psychology: A personal essay in definition and purview [Electronic Version]. *Journal of Media Psychology*, 10. Retrieved April 18, 2006, from, <http://www.calstatela.edu/faculty/sfisco/MEDIADEF-1.html>.
- Giles, D. C. (2003). *Media psychology*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Argumentarea realității și captivitatea tehnologiei - Gândirea lentă și gândirea rapidă	Observația sistematică, dezbateri Problematizarea	
2. Prelucrările informaționale în social media- Memoria implicată	Observația sistematică, dezbateri Problematizarea	
3. Strategiile comunicaționale sociale pozitive – Mesajul subliminal	Exercițiul Observația sistematică, dezbateri Problematizarea	
4. Lumi reale și lumi virtuale (Second Life) - Creativitatea învățată a internetului	Observația sistematică, Dezbateri Problematizarea Experimentul	
5. Propaganda și persuasiunea- Emoția, viralele și presa online	Observația sistematică, dezbateri Problematizarea Exercițiul	
6. Neuromarketing și neuropublicitate - Motivația extrinsecă în Internet	Observația sistematică, dezbateri Problematizarea	

7. Neuroștiința consumatorului de media - Comportamente învățate Mimetismul în fenomenul Selfie	Observația sistematică, dezbateri Problematizarea	
Bibliografie Luskin, B. J., & Friedland, L. (1998). Task force report: Media psychology and new technologies. Negroponte, N. (1995). Being digital. New York: Vintage Books. Neuendorf, K. A. (2002). The content analysis guidebook. Thousand Oaks: Sage Publications. Oliver, M. B., Shrum, L. J., & Vorderer, P. (2006). Moving on [Electronic Version]. Media Psychology, 8, 61-63. Retrieved August 30, 2006, http://www.leaonline.com/doi/pdf/10.1207/s1532785xmep0802_1 . Rutledge, P. (2007). A definition of media psychology [Electronic Version]. Retrieved April, 12, 2008, from http://www.mprcenter.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=64 . Spielberger, C. (2006). President's column: Clarifying our goals and moving forward [Electronic Version]. The Amplifier. Retrieved August 20, 2006, from http://www.apa.org/divisions/div46/AmpSum06_bw.pdf . Stevenson, N. (2002). Understanding media cultures (2nd ed.). London: Sage Publications. Strauss, A., & Corbin, J. (1997). Grounded theory in practice. Thousand Oaks: Sage Publications.		

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

<ul style="list-style-type: none"> • Conținutul disciplinei oferă viitorilor comunicatori din media print sau din media/mediul online oportunitatea identificării resorturilor interne, mecanismelor psihologice care stau la baza anumitor comportamente explicite sau implicite din aceste spații comunicative (de ex. de consum informațional, de generare de conținut informațional, de distribuire de conținut...). • Cursul pregătește jurnaliștii pentru o abordare complexă a fenomenului comunicativ, văzută ca manifestare firească și necesară în dezvoltarea umană. O bună cunoaștere psihologică a comunicatorilor și a procesului comunicativ ajută la armonizarea relațiilor interumane mai ales în context profesional.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Demonstrarea abilităților de analiză și sinteză a informațiilor prezentate la curs	Examen	90%
10.5 Seminar/laborator	Realizarea unei lucrări de cercetare asupra unei teme propuse la seminar.	Activitate de seminar	10%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Parcurgerea bibliografiei indicate. • Selectarea tematicii de cercetare, conceperea planului de studiu, exemplificarea fenomenului cercetat cu exemple din realitatea comunicativă mediatică. 			

Data completării

.....

Data avizării în departament

.....

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura directorului de departament

Semnătura titularului de seminar

.....

.....