**fişa disciplinei**

**1. Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca |
| 1.2 Facultatea | Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării |
| 1.3 Departamentul | Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate |
| 1.4 Domeniul de studii | Științe ale Comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studiu / Calificarea | Comunicare și relații publice |
| 1.7 Forma de învăţământ | Zi |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Comunicare mediatică | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | | Prof. Univ. Dr. Delia Balaban (Bălaș) | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | | Asist. Asoc. Drd. Maria Mustățea | | | | |
| 2.4 Anul de studiu |  | 2.5 Semestrul | |  | | 2.6. Tipul de evaluare (E/C/V) | Examen (E) | 2.7 Regimul disciplinei  (Felul disciplinei – DF, DS, DC;  Obligatoriu/optional – DO/DA) | DS |

**3. Timpul total estimat** (ore pe semestru al activităţilor didactice)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 4 | | Din care: 3.2 curs | | 2 | 3.3 seminar/laborator | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 56 | | Din care: 3.5 curs | | 28 | 3.6 seminar/laborator | 28 |
| Distribuţia fondului de timp: | | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | | 10 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | | 7 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | | 10 |
| Tutoriat | | | | | | | 8 |
| Examinări | | | | | | | 4 |
| Alte activităţi: .................. | | | | | | |  |
| 3.7 Total ore studiu individual | | 27 | |
| 3.8 Total ore pe semestru | | 44 | |
| 3.9 Numărul de credite | | 6 | |

**4. Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  |
| 4.2 de competenţe |  |

**5. Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 De desfăşurare a cursului |  |
| 5.2 De desfăşurare a seminarului/laboratorului |  |

**6. Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| **Competenţe profesionale** | *1. Cunoaştere şi înţelegere*  - cunoaşte diferenţa dintre comunicare mediatică; cunoaşte principalele repere în dezvoltarea comunicării mediatice ca ştiinţă; cunoaşte definiţiile, elementele, regulile şi strategiile comunicării mediatice;  *2. Explicare şi interpretare*  - diferenţiază domeniile de aplicare practică a cunoştinţelor din domeniul comunicării mediatice;  *3. Instrumental – aplicative*  - proiectează aplicarea unor metode de investigare în domeniul comunicării mediatice; realizează studii de specialitate în domeniul comunicării mediatice;  *4. Atitudinale*  - manifestă interes faţă de domeniul comunicării mediatice; |
| **Competenţe transversale** | Abordarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât şi practică - a unor situaţii-problemă complexe, cu grad mediu de complexitate, în vederea soluţionării eficiente și deontologice a acestora.  Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.  Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserţiei şi a menţinerii adaptabilităţii la cerinţele pieţei muncii. |

**7. Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Însuşirea cunoştinţelor de bază în domeniul teoriilor despre comunicarea mediatică. |
| 7.2 Obiectivele specifice | 1. Formarea unui limbaj de specialitate 2. Dezvoltarea gândirii critice şi analitice, capacitatea de a realiza studii de specialitate în domeniul promovării media 3. Utilizarea noilor tehnologii de informare şi comunicare (NTIC), inclusiv a *new media* 4. Descrierea tipurilor diferite de audienţă / public implicate în comunicare |

**8. Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Definiţii şi elemente ale comunicării mediatice: media, mass-media, new media, tipologii media, comunicare de masă. | Prezentare orală |  |
| 1. Prezentarea principalelor paradigme din științele comunicării | Prezentare orală |  |
| 1. Principalele domenii ale cercetării în comunicarea media și abordarea lor metodologică | Prezentare orală |  |
| 1. Cercetarea comunicatorului. Profesionalizarea comunicatorului | Prezentare orală |  |
| 1. Sisteme media. Sistemul media din România în comparație cu sistemele media din alte țări | Prezentare orală |  |
| 1. Teorii privind selecția știrilor | Prezentare orală |  |
| 1. Public. Publicuri. Cercetarea publicurilor | Prezentare orală |  |
| 1. Media clasică versus media digitala, social media | Prezentare orală |  |
| 1. Teorii despre efectele media. Evoluția definiției efectelor, tipuri de efecte. Teoria stimul-răspuns, modelul S-O-R. | Prezentare orală | Vor fi discutate și aspecte privind social media. |
| 1. Efectul celei de-a treia persoane, teoria fluxului comunicării în doi pași, modelul cultivării, Studiile culturale britanice | Prezentare orală | Vor fi discutate și aspecte privind social media. |
| 1. *Agenda Setting, Framing* și *Priming* | Prezentare orală | Vor fi discutate și aspecte privind social media. |
| 1. Teoria utilizării și a recompenselor (UGA) | Prezentare orală | Vor fi discutate și aspecte privind social media. |
| 1. Teorii despre sfera publică, opinia publică | Prezentare orală |  |
| 1. Recapitulare |  |  |
| Bibliografie  Balaban, Delia Cristina (2010): *Comunicare mediatică,* Tritonic, București.  Balaban, Delia Cristina (2005): *Direcţii de dezvoltare în ştiinţa comunicării,* în: *Revista Transilvană de ştiinţele comunicării,* nr.1/2005, p. 7-18.  Balaban, Delia Cristina (2007): *Locul şi rolul British Cultural Studies în cercetarea efectelor media,* în: *Revista Transilvană de ştiinţele comunicării*, nr.4/2007, p. 30-35.  Balaban, Delia Cristina (2008): *Noi teorii în cercetarea efectelor comunicării media. Framing sau teoria cadrelor de interpretare,* în *Revista Media,* nr. 2/2008.  Coman, Mihai (1999), *Introducere în sistemul mass-media,* Polirom, Iaşi.  DeFleur, Melvin / Ball-Rockeach, Sandra (1999): *Teorii ale comunicării de masă,* Polirom, Iaşi.  Dobrescu Paul/ Bârgăoanu, Alina/ Corbu Nicoleta (2007): *Istoria comunicării,* editura comunicare.ro, Bucureşti.  John, N. A. (2016). *The Age of Sharing*. Polity Press  Kunczik, Michael/ Zipfel, Astrid (1998), *Introducere în ştiinţa publicisticii şi a comunicării,* Presa Universitară Clujeană.  McQuail, Denis /Windhal, Sven (2004): *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă,* editura comunicare.ro, Bucureşti.  Van Dick, Jose (2013). *The Culture of Connectivity. A critical History of Social Media*, Oxford University Press. | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Introducere și evoluția media | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Teorii ale efectelor media (efectele puternice) | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Teorii ale efectelor media (efecte limitate și slabe) | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Studii de caz media (exerciții practice) | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Studiu de caz media | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Studiu de caz media | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Studiu de caz comparativ – Amazon, Apple, Facebook, Google | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Exerciții metode de cercetare aplicate în media | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Studiu de caz media | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Recapitulare și exerciții | Prezentare orală, dicuții, exerciții |  |
| 1. Prezentări seminar | Prezentări proiecte |  |
| 1. Prezentări seminar | Prezentări proiecte |  |
| 1. Prezentări seminar | Prezentări proiecte |  |
| 1. Prezentări seminar | Prezentări proiecte |  |
| Bibliografie    Balaban, D. B. (2009). Comunicare mediatica, Tritonic, Cluj-Napoca.  Barne, G., Campbell, V., Touri M. (2009).”Blogs, news and credibility. New Information Perspectives”,  Vol. 61 (2), pp. 185-204.  Bartholomew, R. (1998). ”The Martian Panic Sixty Years Later. What Have We Learned?”,  Skeptical Inquirer.  Rasha, A., Garrison, B., Salwen M., Driscoll P., Casey D. (2002). ”The Credibility of Newspapers,  Television News, and Online News”. A paper presented to the Mass Communication and  Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, annual convention, Mi Miami Beach, Florida.  Coman, M. (1998). Introducere în sistemul mass-media, Polirom, Iași.  Dobrescu, P., Bîrgaoanu, A., Corbu, N. (2007). Istoria comunicarii, Ed. Comunicare, București.  Döveling, K., von Scheve C., Konjin E. A. (2011). The Routledge Handbook of Emotions and  Mass Media, Routledge.  Garden, M. (2012). ”Defining blog: A fool’s errand on a necessary undertaking”, Journalism 13(4), pp.  483-494.  Haythornthwaite, C. (2005). ”Social networks and Internet connectivity effects”., Information,  Communication & Society, Vol. 8 (2), pp. 125-147.  Flenagin, A. J., Metzger, M. J. (2008). ”Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and  Unprecedented Responsibility”., Digital Media, Youth and Credibility, Foundation Series on  Digital Media and Learning, Cambridge, MA, The MIT Press, pp. 5-28.  Hamilton, E. A., Mintz, L., Kashrubeck-West, S. (2007). ”Predictors of Media Effects on Body  Katz, E., Liehes T. (1990).” Interacting with ”Dallas”. Cross-Cultural Readings of American TV”,  Annenberg School for Communication, Departmental Papaers (ASC).  Klyueva, A., Tsetsura, K. (2010). ”Media Non-transperancy Research: The Case of Romania”,  Public Relations Journal, Vol. 4 (4),  Lievrouw, L. (2009). ”A New Media, Mediation, And Communication Study”, Information &  Communication Society, Vol. 12 (3), pp. 303-325.  McCombs, M. (2011). The Agenda-Setting Role of the Mass-Media in the Shaping of Public  Opinion.  MCQuail, D., Windhal, S. (2001). Teorii ale comunicarii, Ed. Comunicare, București.  Meirick, P. C. (2006). ”Media Schemas, Perceived E\_ects, and Person Perceptions”, Journalism  Mass Communication Quarterly, Vol. 83 (3).  Potter, J. W., Riddle, K. (2007). ”A Content Analysis of the Media E\_ects Literature”, Journalism and  Mass Communication Quarterly, Vol. 84 (1).  Potts, R., Beden, A., Reese, C. (2008). ”Young Adults’ Retrospective Reports of Childhood Television  Viewing”, Communication Research, pp. 35-39.  Slater, M. D. (2004). ”Operationalizing and Analyzing Exposure: The Foundation of Media E\_ect  Research”, Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 81 (1).  Sooryamoorthy, R. (2011). ”Communication, youth, social change”, International Sociology Review  of Books, Vol 26 (5), pp. 604-612.  Tufecki, Z. (2008). ”Grooming, Gossip, Facebook and Myspace”, Information, Communication &  Society, Vol. 11 (4), pp. 544-564.  Turow, J. (2009). Media Today. An Introduction to Mass Communication, Routledge.  Consiliul Național al Audiovizualului. Expunerea copiilor la programele TV și Radio (modele  culturale ale comportamentului de consum), RAPORT FINAL, septembrie-octombrie 2007.  IRES, CNA. Atitudini \_i obiceiuri de consum media. Percep\_ii privind CNA. Raport de cercetare,  oct. 2011. | | |

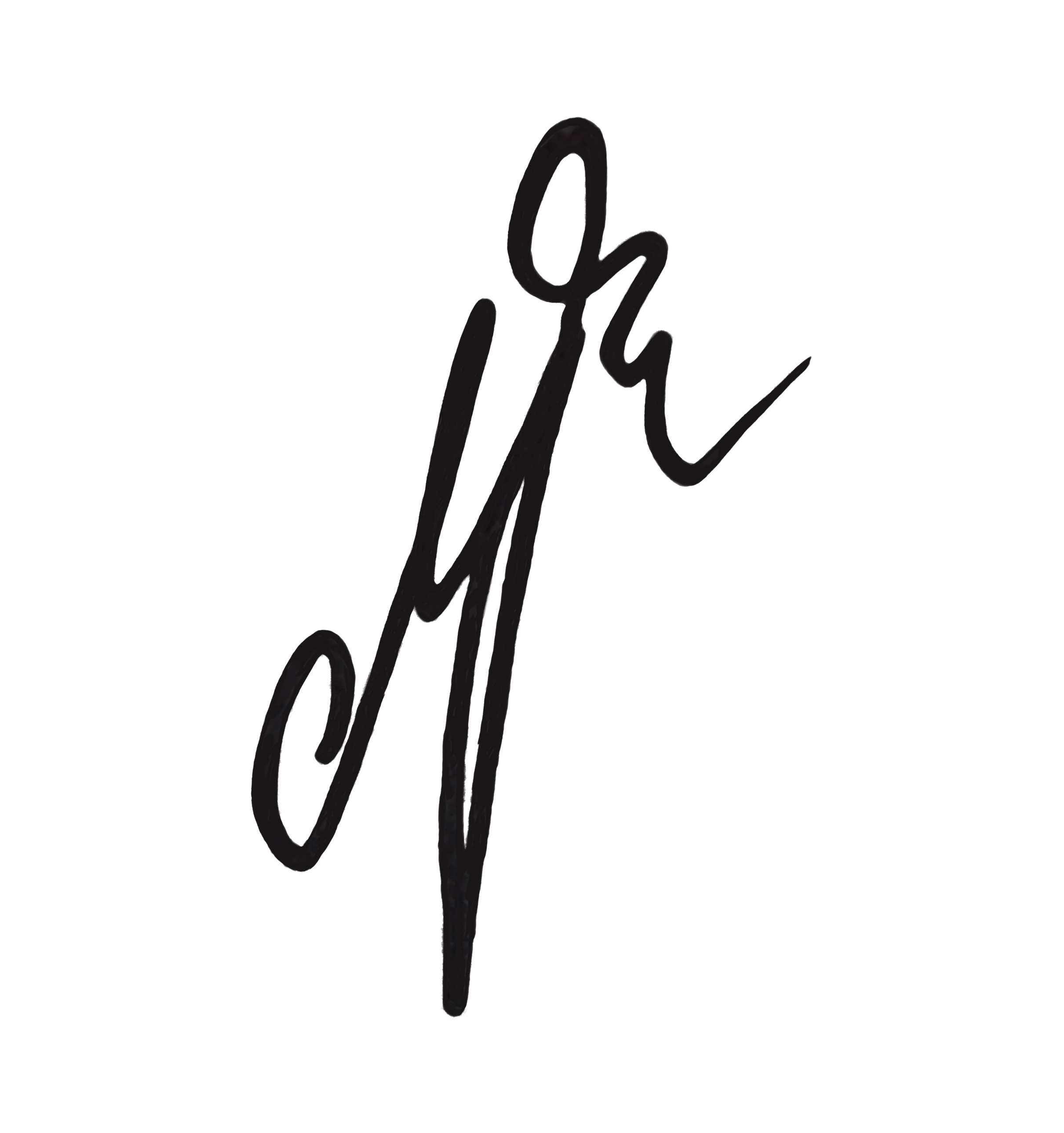
**9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puţin a unei părţi a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoştinţe, teorii şi metode de diagnoză şi intervenţie, cât şi norme şi principii de etică profesională.  Identificarea rolurilor profesionale specifice și realizarea unei descrieri a acestora.  Identificarea nevoii de formare profesională şi realizarea unui plan de dezvoltare profesională, utilizând în acest sens resursele comunicaţionale şi tehnologice. |

**10. Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | Studenții vor da un examen scris în care vor trebui să demonstreze înțelegerea și recunoașterea conceptelor studiate în prealabil. | Evaluare scrisă | 60% |
| 10.5 Seminar/laborator | Elaborarea şi susţinerea publică a unei lucrări de seminar, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul comunicării mediatice. | Evaluare scrisă și orală, realizarea unui proiect, activitate de seminar. | 40% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| La finalul semestrului studenții trebuie să cunoască principalele teorii privind efectele media, să cunoscă aspecte legate de sistemul media din România și evoluția sa. | | | |

Data completării Semnătura titularului de curs Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2019 ............................... 

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

........................................... …............................