

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2024-2025

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2 Facultatea	de Drept și Științe Sociale
1.3 Departamentul	Științe sociale
1.4 Domeniul de studii	Sociologie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea/Grupă de bază ESCO*	Sociologie / Sociolog 263201, Promotor local 263220, specialist planificare teritorială 263221/ ESCO - 2632 (Sociologists, anthropologists and related professionals: sociologist)

*conform Planului de învățământ

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	SOCIOLOGIA COMUNICĂRII ȘI A MASS-MEDIA		Cod: SOC316
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Bogdan-Nicolae MUCEA		
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Bogdan-Nicolae MUCEA		
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II
2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Op

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2 curs	2	din care 3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din Planul de învățământ	48	din care 3.5 curs	24	din care 3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					ore
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
d. Tutoriat					5
e. Examinări					2
f. Alte activități....					0
3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)				70	
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)				55	
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)				125	
3.10 Numărul de credite*				5	

*1credit = 25 ore

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Sociologie generală; Sociologia comunicării; Metode și tehnici de cercetare sociologică
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Stăpânirea funcțională a limbajului conceptual de bază din științele sociale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Lectura bibliografiei recomandate Participare activă
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Lectura bibliografiei recomandate Documentare suplimentară Elaborarea și susținerea prezentărilor Participare activă la dezbateri și oferirea de exemple

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C5.1. Adaptarea terminologiei și a strategiilor de comunicare în funcție de categoriile socio-profesionale vizate</p> <p>C6.1. Formularea și analiza conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării</p> <p>C6.2. Identificarea și descrierea tipurilor de comunicare</p> <p>C6.3. Identificarea stilurilor de comunicare și problemelor caracteristice proceselor de comunicare în context social</p> <p>C6.4. Analiza și evaluarea strategiilor și proceselor de comunicare</p>
Competențe transversale	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea noțiunilor de bază și a mecanismelor de elaborare a relațiilor de comunicare umană, a funcționării entităților sociale și derulării proceselor sociale fundamentale de comunicare în masă.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Formarea abilităților de analiză prin însușirea funcțională a aparatului teoretic pentru studiul sociologic al comunicării; Utilizarea operațională a conceptele științelor comunicării de masă; Dezvoltarea capacității de interpretare sociologică a comunicării mass-media; Interiorizarea perspectivei sociologice asupra comunicării de masă;

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive: Comunicarea și mass-media	Prelegere, Conversație	2 ore
2. Analiza funcțională a comunicării de masă (funcții și disfuncții)	Prelegere, Conversație, Exemplificări	2 ore
3. Comunicarea interculturală și bariere în comunicare	Prelegere, Conversație, Exemplificări	2 ore
4. Mijloacele de comunicare în masa tradiționale și moderne	Prelegere, Conversație	2 ore
5. Agenda publică și agenda personală	Prelegere, Exemplificări	2 ore
6. Auditoriul și efectele mass-mediei	Prelegere, Conversație	2 ore
7. Controlul mass-mediei	Prelegere, Exemplificări Conversație	2 ore
8. Mass-media în era globalizării	Prelegere, Exemplificări Conversație	2 ore
9. Comunicarea în era rețelelor digitale	Prelegere, Exemplificări Conversație	2 ore
10. Rolul mass-mediei în comunicare	Prelegere, Exemplificări Conversație	2 ore
11. Persuasiunea și manipularea în mass-media	Prelegere, Exemplificări Conversație, Problematizare	4 ore
12. Perspective ale acceptării/refuzului mesajului mediatic	Prelegere, Exemplificări Conversație	2 ore
Bibliografie		
<p>Bondrea, A. (2007). Sociologia opiniei publice și a mass-media, București, Editura Fundației România de Măine</p> <p>Bondrea A., (1996). Opinia Publică, Statut de drept și Democrația, Ed. România de Măine, București</p> <p>Bohler, Sebastien, (2009). 150 de experimente pentru a înțelege manipularea mediatică, Polirom, Iași</p> <p>Branea, S., (2013). Selectarea informațiilor de către jurnaliști sau „ce urme lasă mass-media”, în Revista Romana de Sociologie, NR. 3-4, disponibil la Biblioteca UAB</p> <p>Coman M. (2007). Introducere în sistemul Mass-media, Ed. Polirom, Iași, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Craia S., (2006). Comunicare și mass-media, MEDIA, Ed Fundației „România de mâine, București</p>		

<p>Craia S., (2008) Dicționar de comunicare mass-media și știința informării, E. Meronia, București</p> <p>Grossu, S., (coord), (2012). Mass-media: între document și interpretare. Studii și cercetări de istorie a presei Imprint: Chisinau, Centrul Editorial-Poligrafic USM, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Kapferer, J.-N., (2002). Căile persuasiunii: modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate, traducere de Lucian Radu, Ed. COMUNICARE.RO, București, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Marin M., (2014). Între prezent și trecut: Cultul personalității lui Ceaușescu și opinia publică, Ed. Mega, Cluj Napoc, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Meza R. M. (2015). Structura și dinamica sistemelor online de networking social de succes, Presa Universitară Clujeană, Cluj, disponibil la http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/1771.pdf</p> <p>Polakova, M., (2014). Culturality in mass culture in European Journal of Science and Theology p. 131-142, Vol. 10, Suppl. 1, October, Ed. ECOZONE PUBLISHING HOUSE, Iași, 2014 disponibil la Biblioteca UAB</p> <p>Popescu, C., Grigore-Rădulescu, I., Aspecte privind respectarea dreptului la viața privată de către mass-media, în Pandectele Romane nr.10/2014, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Roșca, L., (2014). Explorarea intencionalității. Discursul ideologic în mass-media din România, în Revista Romana de Sociologie Issue NR. 1-2, p. 78-90, disponibil la Biblioteca UAB</p> <p>Rusu, M.S. (2020). <i>Delicii prozaice: bârfa ca practică socială a vieții cotidiene</i>. Iași: Institutul European</p> <p>Șandru, D., (coord), Bocancea, S., (coord), (2011). Mass-media și democrația în România postcomunistă, Imprint: Institutul European, Iași, disponibilă la Biblioteca UAB</p>		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea	2 ore
2. Comunicarea și media din diverse culturi	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea	4 ore
3. . Aplicații ale tipologiilor mijloacelor de comunicare de masă la spațiul românesc	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea. Prezentări	2 ore
4. Tipologia comunicării în masă în funcție de public	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea. Prezentări	4 ore
5. Mass-media globală și democrație	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea. Prezentări	2 ore
6. Controlul mass-mediei	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea. Prezentări	4 ore
7. Viteza informației în trecut și era Internetului	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea. Prezentări	2 ore
8. Manipulare prin mass-media (de la tradițional, la modern)	Dialog, Exemplificație, Conversație euristică, Problematizarea. Prezentări	2 ore
9. Trusturi media și influenceri. Impactul influencerilor asupra societății	Dialog, Exemplificație, Studiu de caz, Conversație euristică, Problematizarea, Prezentări	2 ore
Bibliografie		
<p>Bohler, S. (2009). <i>150 de experimente pentru a înțelege manipularea mediatică</i>, Iași: Polirom, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Branea, S., (2013) Selectarea informațiilor de către jurnaliști sau „ce urme lasă mass-media”, în Revista Romana de Sociologie, NR. 3-4, disponibil la Biblioteca UAB</p> <p>Craia S., (2008). Dicționar de comunicare mass-media și știința informării, E. Meronia, București, disponibilă UAB</p> <p>Grossu, S., (coord), Mass-media: între document și interpretare. Studii și cercetări de istorie a presei Imprint:Chisinau, Centrul Editorial-Poligrafic USM, 2012, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Marin M., (2014). Între prezent și trecut: Cultul personalității lui Ceaușescu și opinia publică, Ed. Mega, Cluj Napoc, disponibilă la Biblioteca UAB</p> <p>Popescu, C., Grigore-Rădulescu, I., Aspecte privind respectarea dreptului la viața privată de către mass-media, în</p>		

Pandectele Romane nr.10/2014, disponibilă la Biblioteca UAB

Roșca, L., (2014). Explorarea intensionalității. Discursul ideologic în mass-media din România, în Revista Română de Sociologie Issue NR. 1-2, p. 78-90, disponibil la Biblioteca UAB

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

- Cunoașterea mecanismelor de funcționare a opiniei publice reprezintă un atu extrem de important atât pentru înțelegerea societății contemporane cât și pentru atingerea unor obiective de către beneficiari cum ar fi partidele politice, firmele care vor să-ți dezvolte sau păstreze piețele, cei ce vor să-și creeze o imagine publică, etc.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Volumul și corectitudinea cunoștințelor	Lucrare scrisă	60
10.5 Seminar/laborator	Susținerea unui referat/material	Grilă de evaluare a calității	30
	Participare activă la seminarii	Fișă de evaluare seminar	10
10.6 Standard minim de performanță: 50% din punctajul cumulat de la criteriile 10.4-10.5/Nota minimă 5			
Examen scris.			

Data completării
01.09.2024

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării
17.09.2024

Semnătura directorului de departament