

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE Jurnalism si Stiintele Comunicarii
1.3 Catedra	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism/Relații publice/Publicitate

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Mass media, politică, societate,						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof univ dr Mihai Coman						
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Sumativă	2.7 Regimul disciplinei	Obligatoriu

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					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					20
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					108
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					150
3.10 Numărul de credite					5

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	Condițiile de frecvență sunt cele fixate de LEN/2011. Studentul este considerat prezent în condițiile în care participă la întregul curs și/sau seminar. Studenții se vor prezenta la prelegeri la ora afișată, nu se admit întârzieri mai mari de 15 minute. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului, nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării apelurilor telefonice personale. Se pot folosi laptopurile și tabletele pentru luarea notițelor. Cursul poate fi înregistrat, dacă este obținută aprobarea titularului de curs. Nu este permisă deranjarea cursului prin dialoguri interpersonale, ascultarea muzicii, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twitter etc, ieșirea și intrarea în și din sală.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Condițiile de frecvență sunt cele fixate de LEN/2011. Studentul este considerat prezent în condițiile în care participă la întregul curs și/sau

	seminar Studenții se vor prezenta la seminare la ora afișată, nu se admit întârzieri mai mari de 15 minute. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului, nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării apelurilor telefonice personale. Nu este permisă deranjarea seminarului prin dialoguri interpersonale, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twiter etc, ascultarea muzicii, ieșirea și intrarea în și din sală.
5.3. Forme de comunicare	Fișa disciplinei este postată pe siteul FJSC, la bibliotecă și transmisă pe grupul anului Informațiile oficiale se vor posta pe siteul FJSC; de asemenea ele pot fi transmise și pe grupul de discuții al anului prin intermediul unui responsabil al grupului. În anumite situații cadrul didactic poate oferi clarificări, răspunzând mesajelor primite pe email; aceste mesaje au valoare consultativă și nu se constituie în documente oficiale.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - formarea aparatului conceptual specific domeniului comunicării de masă; - însușirea unor modele de comunicare și a postulatelor celor mai importante școli de comunicare; - capacitatea de a identifica, explica și interpreta fenomene și procese de influență specifice diferitelor medii; - cunoașterea regulilor de utilizare corectă și eficientă a mesajelor din media; - consolidarea abilităților de comunicare și aplicarea în activitatea profesională a cunoștințelor teoretice dobândite prin studiul acestei discipline. - înțelegerea relațiilor dintre mass media și viața politică
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - capacitatea de a înțelege transformările din mass media contemporană - capacitatea de a evalua în mod critic, independentă, fenomenele sociale - capacitatea de analiză a conținutului mass-media - capacitatea de realizare a unor sinteze, prin selecția reflexivă a informațiilor

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Oferă studenților instrumentele conceptuale necesare înțelegerii poziției și rolului sistemului mass media în lumea modernă.
7.2 Obiectivele specifice: înțelegerea	<ul style="list-style-type: none"> - diversității teoriilor și conceptelor utilizate pentru explicarea diferitelor aspecte ale funcționării sistemului mass media; - responsabilității sociale a jurnaliștilor și specialiștilor în comunicare în fața interogațiilor etice cu care se confruntă profesioniștii mass media în munca lor cotidiană; - varietății formelor moderne ale mass mediei, în contextul transformărilor rapide ale tehnologiilor și ale modalităților de utilizare a acestora

8. Conținuturi

READER - Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass media*, Iasi, Polirom, (ediția a II-a, 2008, ediția a III-a, 2015)

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere : Prezentarea cursului și a bibliografiei, precizarea exigențelor de evaluare, plasarea cursului în contextul Planului de învățământ al facultății.	Prelegere, dezbateri	
2. Conceptele majore. Forme ale influenței sociale; persuasiunea; propaganda; manipularea; dezinformare, suprainformare	Prelegere	Prezentare power point, filme si clipuri
3-4. Efectele mesajelor mass-media. Modelele efectelor totale : teoria "glontului magic" , teoria "hegemonica" , teoria "spiralei tacerii". Modelele efectelor limitate: teoria "fluxului in doi pasi", teoria "cultivarii", teoria "agendei Cuilenburg, S.J., Știința comunicării, București, Humanitas, 1998, cap. Mass media si influentele lor. Severin, W.J., Tankard, J.W, <i>Perspective asupra teoriilor comunicării,</i> Iasi, Polirom, 2004, Partea a V-a: Efectele si utilizările mass media	Prelegere (2)	Prezentare power point, filme si clipuri
5. Consumul mesajelor mass media. Cand, unde si cum sunt receptate mesajele mass media. Receptorul activ, constructia si negocierea semnificatiilor. Modelul "uses and gratification", studiile culturale, etnografia receptarii. Rieffel, R, 2008, <i>Sociologia mass media,</i> Iasi, Polirom, cap. Audiența și publicurile mass media		Prezentare power point, filme si clipuri
6. Mass media si schimbarea sociala. Rolul comunicării mediatică in procesele de difuzare, inovatie si tranzitie. Diverse teorii contemporane referitoare la impactul presei in "dezvoltarea" societăților. De la fluxul liber al informațiilor la globalism si imperialism cultural Henri Pigeat, Aspecte internationale ale comunicării de masa, in in CJ Bertrand (coord), <i>Introducere in presa scrisa si vorbita,</i> Iasi, Polirom, 2001		Prezentare power point, filme si clipuri
7. Presa si lumea politica. Impactul presei asupra vietii politice: schimbarea strategiilor de comunicare politica, re-modelarea discursului politicienilor. Lumea politica in viziunea mass mediei : dramatizarea, simplificarea, binarismul, senzationalismul. Dahlgren, Peter, Introducere, in P. Dahlgren, C. Sparks (coord), <i>Jurnalismul si cultura populara,</i> Iasi, Polirom, 2004 McNair, Brian, <i>Introducere in comunicarea politica,</i> Iasi, Polirom, 2007, cap. Mass media ca actori politici Mouchon, Jean, Spațiul public și discursul public televizat, în I. Pailliat (ed), <i>Spațiul public și comunicarea,</i> Iași, Polirom, 2002 Rieffel, Remy, Mass media si viata politica, in in CJ Bertrand (coord), <i>Introducere in presa scrisa si vorbita,</i> Iasi, Polirom, 2001	prelegere	Prezentare power point, filme si clipuri
8. Politicul și mass media. Comunicarea politică și marketingul politic. Publicitatea politică. Mass media si campaniile electorale. Schimbarea mediatizării sub aceste influențe Beciu Camelia, <i>Sociologia comunicării si a spațiului public,</i> Iasi, Polirom, 2013, cap. Comunicarea politica, pp. 227-245 McNair, Brian, 2007, <i>Introducere in comunicarea politica,</i> Iasi, Polirom, cap. "Partidele si comunicarea politica: publicitatea » Rieffel Remy, <i>Sociologia mass media,</i> Iași, Polirom, 2008, cap. "Mass media, opinia publica și spațiul public" (pp. 37-57).	prelegere	Prezentare power point, filme si clipuri
9. Mass media si sfera publica. De la agora antica la spatiul public modern. Exercițiul democratic, informarea si circulatia libera a ideilor. Presa - "un caine de paza" si o "a patra putere". Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării si a spațiului public,</i> Iași, Polirom, cap. "Comunicarea și spațiul public" (pp.69-86) și din cap. IV "Mass media și noul spațiu public" (pp. 87-99). Miège Bernard, <i>Societatea cucerită de comunicare,</i> Polirom, Iași, 2000, cap. "Noi incursiuni în spațiul public" (I și II). Rieffel, Remi, <i>Sociologia mass media,</i> Iasi, Polirom, 2008, cap. „Mass media, opinia publica si spatiul public”	prelegere	Prezentare power point, filme si clipuri

<p>10.Revoluțiile comunicării. In ce conditii si de ce " media este mesajul". Oralitatea, scrisul si tipăritul, radioul si televiziunea, on-line - ca fauritoare de moduri specifice de a gandi lumea. Dezvoltarea mijloacelor de comunicare in masă si nasterea " publicului".</p> <p>Briggs, Asa, Burke, Peter, Mass media: o istorie socială, Iași, Polirom, 2005, cap. 2, cap. 6, cap. 7</p> <p>Patrice Flichy, O istorie a comunicării moderne, Iasi, Polirom, 1998, cap. 3, cap. 6, cap. 8</p>		
<p>11-12.Noii tehnologii, noi provocari. Tipograful și crearea fluxurilor de informații. Telegraful si aparitia jurnalismului modern. Fotografia creeaza iluzia realului. Radioul scurtecircuiteaza timpul. Televiziunea si divertismentul casnic. Satelitul, cablul, internet, "autostrazile" informatiei: spre un nou sat planetar.</p> <p>Thiery Vedel, Noile tehnologii ale comunicării, in in CJ Bertrand (coord), <i>Introducere in presa scrisa si vorbita,</i> Iasi, Polirom</p> <p>Suțu, Rodica, 2015, <i>Fără granițe: efectele digitalizării în redacțiile de știri,</i> Editura Universității din București, București</p>		
<p>13. Mass media si jurnalismul – provocări și dileme. Mass media si comunicarea instituțională. Mass media, new media, social media. Jurnalisti si comunicatori</p>		
<p>14.Evaluarea cursului</p>		
<p>Bibliografie minimală</p> <p>Beciu C, Sociologia comunicării si a spațiului public, Iasi, Polirom, 2016</p> <p>Bertrand C-J (coord), <i>Introducere in presa scrisa si vorbita,</i> Iasi, Polirom, 2001</p> <p>Flichy, P., <i>O istorie a comunicării moderne,</i> Iasi, Polirom, 1998</p> <p>Keane, J., <i>Mass media si democrația,</i> Bucuresti, Humanitas</p> <p>McNair, Brian, <i>Introducere in comunicarea politica,</i> Iasi, Polirom, 2007</p> <p>Miege, B <i>Societatea cucerita de comunicare,</i> Polirom, Iasi, 2000</p> <p>Pailliat I (ed), <i>Spațiul public și comunicarea,</i> Iași, Polirom, 2002</p> <p>Rieffel, R <i>Sociologia mass media,</i> Iasi, Polirom, 2008,</p> <p>Severin, W.J., Tankard, J.W, <i>Perspective asupra teoriilor comunicării,</i> Iasi, Polirom, 2004</p> <p>Zeliezer, B, <i>Despre jurnalism la modul serios,</i> Iasi, Polirom, 2007</p>		
<p>8.2 Seminar/laborator</p>	<p>Metode de predare</p>	<p>Observații</p>
<p>A se vedea Fisa disciplinei de seminar</p>		

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

Conform practicii curente în FJSC, pentru perfecționarea conținuturilor și adaptarea lor la tendințele actuale din domeniu, titularii disciplinei au organizat întâlniri periodice cu reprezentanții AFKOM (Asociația formatorilor din Jurnalism și Comunicare, cu reprezentanți ai ARP și CRP, precum și cu jurnaliști, lideri ai instituțiilor de presă, reprezentanți ai AJR, CJI, AMPAC etc. Prin dialog s-au identificat nevoile și așteptările angajatorilor din domeniu și s-a realizat coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior. În anul univ 2013-2014 un grup de lucru al FJSC a realizat o analiză a curriculumului universitar în domeniul jurnalismului și relațiilor publice, adaptând (în vederea evaluării periodice) oferta FJSC cu tendințele învățământului de journalism și comunicare din țările occidentale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea conceptelor de bază pentru înțelegerea funcționării sistemului mass media Cunoașterea principalelor modele	Test intermediar + Examen scris	Nota finală este media obținută din: a) nota de la verificarea cunoștințelor prin testul intermediar (parțial) ; b) nota obținută în examenul scris

	teoretice din acest domeniu Dezvoltarea capacității de interpretare a fenomenelor din mass media cu ajutorul conceptelor și teoriilor de referință		In cazul în care nota obținută la evaluarea activității de seminar este sub 5 (cinci), nu se admite intrarea în examenul scris; pentru intrarea în examen (în sesiunea obișnuită și de restanțe) trebuie îndeplinite obligațiile de seminar (notă peste 5) Media finală se încheie atunci când studenta/ul a obținut o notă peste 5 (cinci) la Testul intermediar și la examenul scris. Restanțele (anul I, sesiunea septembrie) se susțin NUMAI pentru proba nepromovată. Re-examinarea (în sesiunile de după anul I) se susțin numai la examenul scris, din materia întregului semestru
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea studentului de a sintetiza materia, de a analiza fenomenele mass media cu ajutorul conceptelor studiate, de a reflecta critic asupra fenomenelor sociale contemporane Progresele studentului de asimilare a materiei pe parcursul unui întreg an de studiu Gradul de implicare în dezbaterile din seminar		

10.6 Standard minim de performanță

- Capacitatea de a defini fenomenele cu ajutorul conceptelor de bază
- Capacitatea de a identifica fenomenele din mass media care corespund, exemplifica, modelele teoretice studiate
- Capacitatea de a comunica în mod clar și corect ideile

Data completării
15-09-2018

Semnătura titularului de curs

Data avizării în departament

Semnătura șefului departament

.....

.....