

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

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

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Antropologia mass media						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof univ dr Mihai Coman						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof univ dr Mihai Coman						
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					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					8
Examinări					10
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, Carta UB și regulamentele specifice. 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, telefoanele 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, urmărirea produselor de divertisment pe diverse console, 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, Carta UB și regulamentele specifice. 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, telefoanele 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, urmărirea produselor de divertisment pe diverse console, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twiter etc, 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 masterului/doctoratului. Informațiile oficiale se vor posta pe siteul FJSC; de asemenea ele pot fi transmise și pe grupul de discuții al programului 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. Nu vor primi răspuns emailurile nesemnate, precum și cele care au conținut care contrazice normele academice. În cazul în care nu răspund la un email (de obicei după 2-3 zile), va rog să îl retrimiteți. Studenții vor primi referatele însoțite de observații și recomandări. Acestea au valoare pedagogică, dar nu pot acoperi toate aspectele unei lucrări; pentru detalieri, studenții sunt invitați să vină în timpul programului de consultații.

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Explicarea conceptelor fundamentale din antropologia mass media - Explicarea și interpretarea unui eveniment social, politic, de popular culture, a mediatizării evenimentelor, a discursului organizațional sau a mesajelor de marketing și publicitate din perspectiva substratului cultural (mit, rit, arhetip, religie) - Utilizarea instrumentarului antropologic, dar și a celor retorice și semiotice pentru producția de mesaje
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - capacitatea de a evalua în mod critic, independent, campaniile de comunicare cu obiective sociale și politice - 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	Cursul de față își propune să familiarizeze studenții cu relația dintre științele comunicării și cele sociale, în special cu domeniul antropologiei culturale (cu referire în special la sfera acestei noi ramuri care poartă numele de “antropologia mass media”) Temele propuse spre studiu prezintă atât cadrele teoretice în care se înscriu aceste abordări, cât și tehnicile de lucru specific în cercetarea din științele comunicării.
7.2 Obiectivele specifice:	Un masterat teoretic sau un doctorat în științele comunicării pregătește cercetători , capabili să aplice metode moderne și concepte complexe în studierea diverselor fenomene ale culturii și comunicării. Cursul oferă cunoștințe din sfera teoriilor comunicării și ale antropologiei și dezvoltă abilitățile de cercetare științifică.

8.Conținuturi

Reader: Mihai Coman, 2009, Introducere în antropologia culturală: mitul și ritul, Iasi, Polirom

a) Curs

Capitolul	Conținuturi	Nr. de ore
1. Introducere în antropologia culturală	Definiții Istoria formării Domenii de studiu caracteristice	2
2. Antropologia mass media	Trăsături caracteristice	2
3. Mitul și mitologia.	Istoria termenilor, nașterea conceptelor. Trăsături definitorii ale mitului Aplicații în modernitate	2
4. Mass media și mitul	Obiectul de studiu, concepte și teorii fundamentale	2
5. Populare, cultură, mit, arhetip	Forme, studii de caz	
6. Ritul	Definiții, tipologii, studii de caz Aplicații în modernitate	2
7. Rit și politică;	Forme, studii de caz	2
8. Rit și mass media: Media events	Modelul teoretic	4
9. Religie	Definiții, tipologii, paradigme	2
10. Religie populară, religie civică, religie inventată, hiper-religie etc	Definiții și forme de concretizare	2
11-12. Mass media, cultură populară și religie	Trăsături caracteristice	4
13. Mass media, politică și religie	Note definitorii	2
14. Evaluarea cursului		2
	Total ore:	28

b) Aplicații

/Tipul de aplicație*	Conținut	Nr. de ore
1. Introducere în antropologia culturală și antropologia mass media	dezbateri	2
2. Mitul și mass media	Studii de caz	2
3. Ritul și mass media	Studii de caz	3
4. Religie și cultură populară	Studii de caz	3
5. Religie și mass media	Studii de caz	2
6. Religie și comunicare politică	Studii de caz	2
	Total ore:	14

Bibliografie (Se indică bibliografia minimală obligatorie.)

- Barthes, Roland, *Mitologii*, Iași, Institutul European, 1997
Coman, Mihai, *Mass media, mit și ritual*, Iași, Polirom, 2003
Coman, Mihai (coord), *Media Events*, București, EUB
Couldry, Nick, 2000, *The Place of Media Power*, London, Sage
Dayan, Daniel, Katz, Elihu, 1996, *La télévision cérémonielle: anthropologie et histoire en direct*, Paris, PUF
During, Simon, (ed.), *The Cultural Studies Reader*, London, Routledge, 1997
Grossberg et alii (ed), *Cultural Studies*, London, Routledge, 1992
Kertzer, David, *Ritual, politica și putere*, București, Univers, 2002
Lule, Jack, 2001, *Daily News, Eternal Stories*, NY, The Guilford Press,
Rothenbuhler, Eric, Mihai Coman, (eds) *Media Anthropology*, Thousand Oaks, Sage Publ, 2005

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

Conform practicii curente in FJSC, pentru perfecționarea conținuturilor și adaptarea lor la tendințele actuale din domeniu, titularii disciplinei au organizat întâlniri periodice cu reprezentantii AFCOM (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 curriculei universitare 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 spațiului public Dezvoltarea capacității de interpretare a fenomenelor cu ajutorul conceptelor și teoriilor de referință. Capacitatea de a construi campanii de comunicare folosind sisteme de reprezentări simbolice	Referat	Nota de curs se obține din 1-10 pct pentru elaborarea unui referat. Acesta trebuie să fie: a) adecvat tematicii cursului; b) realizat conform normelor etice și standardelor de redactare și citare/referire academice; c) să articuleze considerații teoretice întemeiate pe bibliografia studiată, eventual cu o aplicație cu finalitate profesională
10.5 Seminar/lab orator	Capacitatea studentului de sintetiza materia, de a analiza fenomenele cu ajutorul conceptelor studiate, de a reflecta critic asupra fenomenelor contemporane Progresele studentului de asimilare a materiei concretizate în participarea la discuții, identificarea de studii de caz sau de aplicații Gradul de implicare în dezbaterile din seminare		Nota de seminar se obține din: 1-10 pct pentru activitatea în seminar
10.6 Standard minim de performanță	<p>Nota finală este media obținută din: a) nota de la verificarea cunoștințelor și competențelor prin elaborarea unui referat ; b) nota de la seminar</p> <p>In cazul în care media obținută este sub 5, studentul va prezenta un nou referat în sesiunea de restante și/sau cel puțin o temă de seminar</p> <p>Media finală se încheie atunci când studenta/ul a obținut o notă peste 5 (cinci)</p> <p>ATENȚIE – termenele limită de predare ale materialelor ("deadline") vor fi anunțate din timp și trebuie respectate cu strictețe. Depășirea nemotivată a acestui termen atrage respingerea lucrării</p> <p>Încercarea de promovare prin fraudă (definită cf Legii 1/2011 și Cartei UB) se sancționează conform reglementărilor din Carta UB, Regulamentul studenților și Codul etic al UB. Plagiatul este prezentarea deliberată a materialelor produse de un alt autor (persoană sau instituție) drept produsul muncii personale. Pentru introducerea de pasaje plagiate în cadrul lucrării studentul/studenta vor fi sancționați cu nota 1. Pentru repetarea încercării de promovare prin lucrări plagiate sau pentru prezentarea <i>integrală</i> a unei lucrări aparținând altei surse drept lucrare personală se vor începe procedurile pentru exmatriculare.</p>		
	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitatea de a defini fenomenele cu ajutorul conceptelor de bază - Capacitatea de a exemplifica, modelele teoretice studiate prin cazuri din realitate - Capacitatea de a construi mesaje și de a concepe campanii de comunicare 		

Data completării
25 ianuarie 2019

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în catedră: