

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
1.3 Catedra	JURNALISM
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Doctorat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Doctorat în Științe ale Comunicării

### 2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Industria culturale					
2.2 Titularul activităților de curs		Prof. univ. dr. Raluca Nicoleta Radu					
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen scris	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	3	3.3 seminar/laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.5 curs	36	3.6 seminar/laborator	
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					65
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități .....					...
3.7 Total ore studiu individual					139
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					175
3.10 Numărul de credite					7

### 4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

### 5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Acces internet, calculator cu videoproiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Acces internet, calculator cu videoproiector

### 6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea teoriilor și metodelor de cercetare specifice diferitelor arii din științele comunicării;</li> <li>Explicarea și interpretarea unor situații de comunicare diverse (din domeniul organizațional, politic, media etc.) folosind metode și teorii specifice</li> </ul>
-------------------------	--

	<p>științelor comunicării;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unei reflecții critice și constructive prin metode de evaluare comparative a diferitelor teorii și metode de cercetare în științele comunicării;</li> <li>• Conceperea și realizarea de proiecte de cercetare, folosind conceptele din domeniul științelor economice</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfecționarea tehnicilor de lucru în echipă în cadrul proiectelor de cercetare;</li> <li>• Capacitatea de evaluare și autoevaluare în cadrul procesului de învățare a teoriilor și metodelor specifice științelor comunicării.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p><b>Perspectiva actorilor economici raționali</b>  Înțelegerea modului de funcționare a industriilor mass-media este esențială nu numai pentru investitori, manageri sau proprietari, ci și pentru legislatori sau chiar pentru angajați. Cursul Științele comunicării și științele economice va oferi studenților informațiile necesare pentru analiza economică a unei organizații mass-media, în contextul economiei de piață. De asemenea, va oferi baza teoretică pentru o înțelegere mai largă a fenomenelor din industriile culturale, din perspectivă neo-instituțională și din perspectiva economiei comportamentale.</p> <p><b>Perspectiva economiei comportamentale</b>  Noțiunile de genul "mâna invizibilă", pentru a defini modul în care piața se autoreglează, sau "actor rațional, în căutarea propriului interes", pentru a defini consumatorul sau producătorul unor bunuri și servicii, și-au dovedit, de nenumărate ori, limitele. De aceea, o parte a cursului Științele comunicării și științele economice va fi dedicată studiilor acțiunilor iraționale în economie, cu relevanță pentru domeniul comunicării.</p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>Pregătirea studenților pentru redactarea unor texte de jurnalism despre știință (economia mass-media) publicabile.</p> <p>Pregătirea studenților pentru redactarea unui articol academic pe teme de economia mass-media.</p>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1-3. Economia mass-media. Industriile culturale. Creativitatea	Prezentare magistrală a conceptelor cheie, discuții pe studii de caz	
4-6. Neo-instituționalismul și producătorii de bunuri intelectuale. Scott, Becker, Bourdieu		
7-9. Tehnici și Metode de cercetare calitative. Interviu. Studiul de caz. Operaționalizare, colectarea datelor, analiză		
10-12. Difuzarea inovațiilor – Rogers. Economia comportamentală (Decizii în situații de risc și incertitudine) - Kahneman		
Bibliografie		
- Babbie, E. R., (2010), Practica cercetării sociale, Polirom, Iași.		

- Becker, H. S. (1982 - în variantă retipătită la FJSC). Art worlds. Univ of California Press.
- Bourdieu, P. (1979 – diverse ediții în diverse traduceri). La distinction: critique sociale du jugement. Minuit.
- Hesmondhalgh, D. (2007). The cultural industries. Sage.
- Kahneman, D. (2012), Gândire rapidă, gândire lentă, Publica, București.
- Lynch, R. (2002), Strategia corporativă, ARC.
- McConnell, C. și Brue, S. (1996), Economics. Principles, Problems and Policies, 13th ed. McGraw-Hill, N.Y.
- Miege, B. (2000), Societatea cucerită de comunicare, Iași: Polirom.
- Radu, RN; Preoteasa, M (2012), Economia mass-media, Polirom, Iași.
- Rogers, EM (2003) Diffusion of innovations, ed. 5, New York, Free Press.
- Scott, W. R. (2004), Instituții și organizații, Polirom, Iași.
- Sternberg, R. J. coord. (2005). Manual de creativitate. Iași: Editura Polirom.

- Modele de articole pot fi găsite aici:

<https://www.cjr.org/>

[ro.ejo.ch](http://ro.ejo.ch)

<http://www.niemanlab.org/>

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

Atât redactarea unor materiale de jurnalism despre știință cât și redactarea unor articole științifice pe teme de mass-media sunt considerate abilități dezirabile/ obligatorii pentru absolvenții de doctorat în acest domeniu.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- cunoașterea termenilor tehnici - aplicarea corectă a principiilor	Text de jurnalism științific & articol academic	100%

#### 10.6 Standard minim de performanță

- cunoașterea și utilizarea corectă a termenilor tehnici folosiți în materialul final
- aplicarea corectă a principiilor și tehnicilor specifice științelor comunicării în redactarea materialului
- citarea corectă (vezi Ghid împotriva plagiatului - [www.fjsc.unibuc.ro](http://www.fjsc.unibuc.ro))

Plagiatul este inacceptabil. Încercările de plagiat vor fi notate cu 1 (nota finală).

Data completării  
2019

Semnătura titularului de curs  
R Radu

Semnătura titularului de seminar  
.....

Data avizării în departament  
Oct 2019

Semnătura șefului departament  
.....