

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	ANTROPOLOGIE CULTURALĂ ȘI COMUNICARE
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				Strategii și tehnici de comunicare în campaniile electorale			
2.2 Titularul activităților de curs				Lect.univ.dr. Adriana Ștefănel			
2.3 Titularul activităților de seminar				Lect.univ.dr. Adriana Ștefănel			
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	ex.	2.7 Regimul disciplinei	oblig.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					14
Examinări					3
Alte activități					5
3.7 Total ore studiu individual					72
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					100
3.10 Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu e cazul
4.2 de competențe	Nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în interes personal în timpul cursului nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării apelurilor telefonice personale. Nu este permisă deranjarea cursului prin dialoguri interpersonale, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twiter etc, ascultarea muzicii, 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 seminar. Studenții se vor prezenta la seminare la ora afișată, nu se admit întârzieri. Studentul care întârzie mai mult de 15 minute poate participa la seminar, dar va fi considerat absent (cu excepția cazurilor medicale). Pentru a intra în examen, studentul trebuie să aibă o prezență mai mare de 80%. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul seminarului, 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. Laboratorul trebuie echipat audio-video; redare DVD/CD/PPT; acces internet.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- abilitatea de a utiliza concepte asociate mesajului electoral- conceperea și elaborarea unor mesaje de comunicare electorală;- capacitatea de a realiza observații, cercetări și sinteze, prin selecția reflexivă a informațiilor;- capacitatea de analiză a mesajelor electorale și de identificare a strategiilor folosite în constituirea acestora
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">- dezvoltarea gândirii critice

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	cursul își propune să familiarizeze studenții cu strategiile de comunicare electorală și cu modul în care mesajele electorale sunt construite
7.2 Obiectivele specifice	la finalul acestui curs, studenții trebuie să fie capabili să realizeze mesaje electorale adaptate contextului socio-politic și profilului candidatului

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Obs.
----------	-------------------	------

C1: Definirea comunicării electorale C1.1. Sfera publică și reconfigurările ei în secolul XX(I) C1.1 Propagandă vs. Comunicare politică C1.2. Comunicarea electorală. Delimitări conceptuale	Prelegere	
C2: Teorii și cadre de analiză ale comunicării electorale C2.1 Structuralism. Construirea realității sociale. Mesaje constuite și reconstruite în campania electorală. C2.2 Media și construirea realității sociale.Dincolo de comunicarea interpersonală C2.3. Teoria agenda-setting, <i>priming</i> , <i>framing</i> și saliența	Prelegere	
C3. Cadre de construcție ale mesajului electoral C3.1 Rațional și emoțional în comunicarea electorală C3.2 Careul ideologic al discursului electoral (Van Djick) C3.3 Gramatica discursului electoral (Patrick Charaudeau)	Prelegere	
C4. Structuri ale imaginarului electoral C4.1 modelul basmului adaptat comunicării electorale C4.2 Narațiunea: practică enunțiativă a discursului electoral C4.3 Mituri politice fundamentale	Prelegere	
C5. Mediatizarea discursului electoral C5.1 Istoria mediatizării comunicării electorale. C5.2. Noi media, noi modalități de construirea a mesajului	Prelegere	
C6. Mesaje electorale în contexte complexe C6.1 Mesaje electorale de construire a propriei identități electorale C6.2. Mesaje electorale de deconstruire a identității electorale a adversarului	Prelegere	
C7. Campaniile electorale în fața unor provocări societale C7.1 Fake-news C7.2 Elemente populiste în campaniile electorale democratice C7.3 Mișcări sociale și comunicare electorală	Prelegere	
Bibliografie minimală: Beciu, Camelia (2016) <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i> ed. Polirom Momoc, Antonio (2014), <i>Comunicarea 2.0. New media, participare și populism</i> , Ed. Adenium, Iași Ștefănel, Adriana (2014) <i>Imaginarul colectiv al electoratului. O perspectivă imagologică asupra companiei electorale</i> ed. Institutul European		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Obs.
S1. discuție introductivă despre comunicarea electorală	Dezbateri	.
S2. Analiza mesajelor electorale și a mecanismelor de adaptare la contextul socio-politic. Studiu de caz: campania electorală a lui Mircea Diaconu	Dezbateri.	
S3. Teoria agendei aplicată campaniei electorale	Dezbateri.	
S4. Cadre de analiză ale mesajului electoral. Analiză comparativă a unor campanii electorale	Dezbateri.	
S5. Identificarea practicilor discursive în comunicarea electorală	Proiecte pe echipe	
Bibliografie -		

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

--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	înțelegerea strategiilor de comunicare electorală	examen scris	50%
10.5 Seminar/laborator	dezvoltarea unor mesaje electorale complexe	prezentări	50%

Capacitatea de a identifica strategiile de comunicare electorală cu ajutorul conceptelor de bază; abilitatea de a exemplifica, de a interpreta și utiliza modelele teoretice studiate.

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data completării

Data avizării în
department

.....

Semnătura șefului departament

.....