

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	Departamentul de Antropologie culturala si Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Stiinte ale comunicarii
1.5 Ciclul de studii	Licenta
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare și schimbare socială						
2.2 Titularul activităților de curs	Branea Silvia						
2.3 Titularul activităților de seminar	Branea Silvia						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Examen	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: 2 ore curs	3.2	seminar/laborator	1 oră seminar
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 28 curs	3.5.	seminar/laborator	14 ore seminar
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					47
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					89
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	Echipament audio-video;
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Echipament audio-video

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoaștere și înțelegere Explicare și interpretare Instrumental aplicative</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicarea unor principii și metode de baza pentru rezolvarea de probleme tipice 2. Formarea de abilități și deprinderi pentru găsirea de soluții la pregătirea unor planuri de comunicare persuasivă; 3. Dezvoltarea de abilități privind relația specialistului în comunicare publică cu publicul țintă 4. Utilizarea adecvata de criterii și metode standard de evaluare a actorilor sociali implicați 5. Utilizarea grilelor de evaluare a campaniilor de comunicare; 6. Utilizarea unui model de proiect privind comunicarea autorilor campaniilor sociale cu publicul-țintă.
Competențe transversale	<p>Instrumentale (Capacitate de analiză și sinteză; Comunicare scrisă în limba română; Capacitate de a elabora strategii de comunicare cu publicul-țintă. Sistemice (Creativitate; Spirit de observație; Capacitate de a lucra în echipă)</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	A înțelege și utiliza bazele comunicării cu publicurile interne și externe în funcție de atitudinile acestora.
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Să cunoască principalele etape ale procesului de construcție a strategiilor persuasive; 2. Să utilizeze modele de analiză asupra unor aspecte-cheie ale atitudinilor românilor față de valorile companiilor; 3. Dezvoltarea capacității studenților de a evalua probleme complexe și de a comunica în mod demonstrativ rezultatele evaluării proprii privind semnificația unor strategii persuasive 4. Să aibă capacitate creativă în interpretarea personală a unor sarcini legate de prelucrarea informațiilor legate de comunicarea persuasivă în mediul online

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atitudinile (Definiții) 2. Relația atitudini-valori 3. Formarea atitudinilor 4. Schimbarea atitudinală (Persuasiunea) 	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video; hand outs	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rezistența la persuasiune 2. Atitudinile duale 3. Rețele persuasive 	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video; hand outs	

4. Sursa persuasivă	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs	
5. Mesajul persuasiv		
6. Destinatarii persuasiunii	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs	
7. Principalele căi de transmitere a persuasiunii	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs	
8. Tehnici de influențare		
9. Dinamica proceselor de conformare // nonconformare	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs	
10.Cele două căi de prelucrare a mesajelor	Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs	

Bibliografie

Branea Silvia: 2010, *Serialele pentru tineri*, cap. "Schimbarea atitudinală. Rolul persuasiv al mass-media" (pag. 21-91), Ars Docendi, editia a doua, București;

Branea, Silvia. Persuasiune și schimbare organizațională, Editura Universității din București, 2012;

Derville, Gregory, Le pouvoir des medias. Mythes et realite: Presses Universitaires de Grenoble, 1997;

De Guise, Jacques în Communication, Publique et Société, (Michel Beauchamp, coord.):

Gaetan Morin Editeur - Boucherville, Quebec, 1991

Golu, Mihai, Condiționarea psihologică a câmpurilor relaționale interindividuale și intergrupale în Psihologia vieții cotidiene (Zlate, Mielu - coord.): Polirom - Iași, 1997

Wilson, Timothy, D.; Lindsey, Samuel; Schooler, Tonya, Y., A Model of Dual Attitudes în Psychological Review, nr. 1, 2000;

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1 Sursele mesajului persuasiv	Materiale video.dialog	2 ore
2 Caracteristicile căii centrale de construire a mesajului	Materiale video, conversatie euristica	2 ore
3. Caracteristicile căii periferice de construire a mesajului	Materiale audio-video	2 ore
4. Comunicarea persuasivă în mediul online	Materiale audio-video, dosare tematice	2 ore
5. Metode de cercetare a atitudinilor pulicului-țintă	Materiale video,dialog	2 ore
6. Caracteristicile socio-demografice ale destinatarii persuasiunii	Materiale video, dosare tematice	2 ore
7. Adaptarea strategiilor de CSR la specificul grupurilor-țintă	Corpus de strategii de CSR	2 ore

Bibliografie

Aguinis, H.; Nesler, M.; Hosoda, M.; Tedeschi, J.T., The Use of Influence Tactics in Persuasion în Journal of Social Psychology, Vol. 134, pp. 429-438, 1994;

Lundy, Lisa K.: 2006, *Effect of framing on cognitive processing in public relations* în *Public Relations Review*, volume 32, Amsterdam, Boston, Jena, London, Elsevier

Neculau, Adrian; Ferreol, Gilles: 1998, *Psihosociologia schimbării*, Iași, Polirom;

Wilson, Timothy et alii: 2000, *A Model of Dual Attitudes* în "Psychological Review" vol. 107, nr.1; Hall – Englewood Cliffs, New Jersey, 1995;

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

Dezvoltarea abilitatilor de team working si stimularea capacitatilor persuasive

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Grad de implicare la curs	Examen scris si realizarea unui „produs persuasiv” (afiș, discurs, serie de mesaje)	Examen: 50 % Produs persuasiv: 20 %
10.5 Seminar/laborator	Pe parcurs si finala	Prezentare individuala sau de grup pe parcursul semestrului (Analiza unor strategii persuasive)	30 %
10.6 Standard minim de performanță: prezența la minimum 50 % din cursuri și la 75 % din seminarii. Intelegerea si utilizarea conceptelor de atitudine/atitudine duală; procesarea persuasivă a informației			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

28 septembrie 2019

Data avizării în departament

Semnătura șefului departament