

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE Jurnalism si Științele Comunicării
1.3 Catedra	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	CCRP + JP

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				Arhetipuri în publicitate și relații publice: tehnici de persuasiune simbolică			
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	1	2.6 Tipul de evaluare	Ex scris	2.7 Regimul disciplinei	Obligativu

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					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					8
Examinări					10
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					133
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					175
3.10 Numărul de credite					7

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, Twiter 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, depusă 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 max 2-3 zile), va rog să îl retrimiteți. Studentii 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"> - Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice - Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării - Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice - Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora - Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniul campaniilor de relații publice și publicitate - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să sensibilizeze studenții asupra relațiilor complexe dintre mesajele relații publice, comunicare politică și de publicitate și constructele culturale simbolice (stereotipuri, narative mitice, ceremonii, arhetipuri, forme religioase). Prin conținutul predat și prin dezbateri studenții vor ajunge să stăpânească conceptele fundamentale din antropologia culturală și vor căpăta competențele intelectuale și deprinderile profesionale necesare, pe de o parte, recunoașterii constructelor culturale de profunzime pe care se sprijină numeroase creații din publicitate și din RP și pe de alta, construirii de campanii întemeiate pe asemenea structuri simbolice profunde.
7.2 Obiectivele specifice:	Exercițiile și proiectele vor permite studenților să aplice creativ aceste cunoștințe în producția de mesaje de RP și publicitate

8.Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea cursului	prelegere	2
2. Arhetipuri folosite în campanii politice, RP și publicitate	Studii de caz	2
3. Mituri și arhetipuri în jurnalism	prelegere	2
4. Mituri și arhetipuri - concepte și teorii fundamentale.	prelegere	2
5. Publicitatea și religia; Brandul ca „religie”	prelegere	2
6. Comunicarea politică și religia	prelegere	2
7. Popular culture și fenomene religioase	Studii de caz	2
8. Religia - definiții, caracteristici, tipologii.	prelegere	2
9. Ceremoniile și viața politică	prelegere	2
10. Media events	Studii de caz	2
11. Ceremoniile și comunicarea organizațională	prelegere	2
12. Ceremoniile: obiectul de studiu, concepte și teorii fundamentale	prelegere	2
13. Mituri și fenomene religioase în cyberspace	Studii de caz	2
14. Evaluarea cursului	Studii de caz	2

Bibliografie minimală

Barthes, Roland, *Mitologii*, Iasi, Institutul European, 1997

Coman, Mihai, *Introducere în antropologia culturală*, Iasi, Polirom, 2009

Coman, Mihai, *Mass media, mit și ritual*, Iași, Polirom, 2005

Dahlgren, Peter, Sparks, Colin (eds.), *Jurnalismul și cultura populară*, Iasi, Polirom, 2004

Mircea Eliade, 1999, *Mitul eternei reînnoțări: arhetipuri și repetare* Univers Enciclopedic, 1999

Jung, Carl și Kerenyi, K, 1994, *Copilul divin, Fecioara divină: introducere în esența mitologiei*, Timisoara, Armacord, 1994

Jung, Carl, 1994, *În lumea arhetipurilor*, București, Jurnalul literar, 1994

Girardet, Raul, *Mituri și mitologii politice*, Iași, Institutul European, 1997

Strinati, Dominic, *An Introduction to Studying Popular Culture*, London, New York, Routledge, 2000

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea cursului	dezbatere	1
Arhetipuri folosite în campanii politice, RP și publicitate	Analize de text ; simulări, proiecte de campanii	1
Mituri și arhetipuri în jurnalism	Analize de text	1
Mituri și arhetipuri - concepte și teorii fundamentale.	Analize de text	1
Publicitatea și religia; Brandul ca „religie”	Analize de text ; simulări, proiecte de campanii	1
Comunicarea politică și religia	Analize de text	1
Popular culture și fenomene religioase	Analize de text ; simulări, proiecte de campanii	1
Religia - definiții, caracteristici, tipologii.	Analize de text	1
Ceremoniile și viața politică	Analize de text ; simulări, proiecte de campanii	1
Media events	Analize de text	1
Ceremoniile și comunicarea organizațională	Studiu de caz ; simulări, proiecte de campanii	1
Ceremoniile: obiectul de studiu, concepte și teorii fundamentale	Studiu de caz	1

Mituri si fenomene religioase in cyberspace	Studiu de caz	1
Evaluarea cursului		1
<p>Bibliografie</p> <p>Carp, Radu, Dumnezeu la Bruxelles. <i>Religia în spațiul public european</i>, Edit. Eikon, Cluj-Napoca, 2009</p> <p>Coman, Mihai (coord), <i>Media events</i>, Bucuresti, EUB, 2006</p> <p>During, Simon, (ed.), <i>The Cultural Studies Reader</i>, London, Routledge, 1997</p> <p>Evseev, Ivan, <i>Enciclopedia semnelor și simbolurilor culturale</i>, Iași, Ed Armacord, 1999</p> <p>Grossberg et alii (ed), <i>Cultural Studies</i>, London, Routledge, 1992</p> <p>Kellner, Douglas, <i>Cultura media</i>, Iasi, Institutul European, 2001</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 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 analiza 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	<p>Cunoașterea conceptelor de bază pentru înțelegerea funcționării spațiului public</p> <p>Dezvoltarea capacității de interpretare a fenomenelor cu ajutorul conceptelor și teoriilor de referință.</p> <p>Capacitatea de a construi campanii de comunicare folosind sisteme de reprezentări simbolice</p>	Referat	<p>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, regulilor gramaticii limbii române și standardelor de redactare și citare & referire academice; c) să articuleze considerații teoretice întemeiate pe bibliografia studiată, d) să analizeze un caz (un corpus bine definit, o interpretare pe baza conceptelor studiate) e) eventual să realizeze o aplicație cu finalitate profesională</p> <p>Referatul (aprox 12.000 - 16.000 semne) se transmite în format WORD (criteriu obligatoriu pentru luarea lui în considerație)</p> <p>Referatele care tratează subiecte fără legătură cu tematica acestui curs vor fi notate cu nota 1 cf art 15 din Codul de etică al UB</p>
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea studentului de sintetiza materia, de a analiza fenomenele cu ajutorul conceptelor studiate, de a reflecta critic asupra fenomenelor contemporane		<p>Nota de seminar se obține din: 1-10 pct pentru</p> <p>a) activitatea în seminar (participarea la dezbateri, prezentarea și analizarea unor cazuri relevante, reflecție critică etc)</p> <p>b) rezolvarea temelor aplicative transmise în</p>

	<p>Progresele studentului de asimilare a materiei concretizate în participarea la discutii, identificarea de studii de caz sau de aplicații</p> <p>Gradul de implicare în dezbaterile din seminare</p>		seminar
<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, studenta/ul va prezenta un nou referat în sesiunea de restante și (dacă nu a efectuat temele de seminar) 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>Inercarea 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 <i>introducerea</i> 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 iniția procedurile pentru exmatriculare.</p>			

<p>10.6 Standard minim de performanță</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
--

10.7 BIO

Profesorul emerit Mihai Coman (mcoman53@yahoo.com) s-a născut în Făgăraș în 1953, este absolvent al Facultății de Litere (1976), doctor în filologie (1985) și Doctor Honoris Causa al Universităților din Constanța și Craiova. Primul decan al Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, primul coordonator de doctorat în științele comunicării, creator al colecției *Media* a editurii Polirom (peste 50 de volume publicate din 1997), este considerat fondator al învățământului de jurnalism și comunicare în România; pentru contribuțiile sale a primit ordinul *Meritul Cultural* în grad de Cavaler, în anul 2009. Până în 1989 s-a dedicat cercetărilor de antropologie culturală consacrate folclorului românesc. A publicat 8 volume de studii de mitologie, între care a fost re-editată vasta sinteză referitoare la mitologia animalieră (*Bestiarul mitologic roman*, în 1995) și alte cercetări sub titlul *Studii de mitologie* (2009). A publicat volumul de sinteză *Introducere în antropologia culturală: mitul și ritul* (2008). După 1989 a publicat volumul de referință *Introducere în sistemul mass media* (ajuns la editia a IV-a) și a coordonat cele două volume din *Manualul de jurnalism*, devenit cartea de căpătâi a generații successive de tineri jurnaliști. În această perioadă a început să elaboreze cadrele teoretice și analitice ale antropologiei mass media prin studii publicate în revistele *Reseaux*, *Communication*, *Journalism Studies*, *Celebrity studies* etc. În anul 2003, ca o sinteză a acestor investigații, a publicat la Presses Universitaires de Grenoble cartea *Pour une anthropologie des medias*. În anul 2005 a publicat împreună cu Eric Rothenbuhler volumul *Media Anthropology* la editura SAGE, lucrare devenită sursă autorizată pentru noua disciplină, antropologia mass media. A publicat de asemenea numeroase studii științifice în reviste și volume colective din străinătate consacrate transformărilor mass media din țările post-comuniste.

<p>Data completării</p> <p>29-septembrie-2019</p> <p>Data avizării în departament</p>	<p>Semnătura titularului de curs</p> <p>Prof.univ.dr. Mihai Coman</p> <p>Semnătura șefului departament</p> <p>Prof. dr. Raluca Radu</p>	<p>Semnătura titularului de seminar</p> <p>Prof.univ.dr. Mihai Coman</p>
---	---	--

