

FICHE DU COURS

1. Informations sur le programme

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea din București
1.2 Facultatea / Departamentul	Faculte de Journalisme et des Sciences de la Communication
1.3 Catedra	Antropologie culturelle et Communication
1.4 Domeniul de studii	Sciences de la Communication
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Master Medias, Développement, Société

2. Données de discipline

2.1 Titre du cours		Méthodes de recherche					
2.2 Charge du cours		Prof Valentina Marinescu					
2.3 Charge du séminaire		Prof Valentina Marinescu					
2.4 Anne d'étude	II	2.5 Semestrel	I	2.6 Evaluation	E	2.7 La condition de la discipline	obligatoire

3. La durée totale estimée (heures par semestre d'enseignement)

3.1 Nombre d'heures par semaine	2	dont: 3.2 cours	1	3.3 séminaire/laboratoire	1
3.4 Nombre total d'heures de programme d'enseignements		dont: 3.5 cours		3.6 séminaire/laboratoire	
Distribution du fonds du temps:					ore
Étude après manuel, support de cours, bibliographie et notes					40
Documentation supplémentaires dans des bibliothèques, les plates-formes électroniques spécialisés / terrain					24
Séminaires de formation / laboratoires, devoirs, des essais, et des portefeuilles					30
Tutorial					8
Examens					10
Autres activités.....					
3.7 Nombre total d'heures d'étude individuelle		112			
3.8 Nombre total d'heures par semestre		175			
3.9 Nombre de crédits		7			

4. Préconditions (ou est le cas)

4.1 le programme	•
4.2 les compétences	• Connaissance des deux langues: français et anglais

5. Conditions (ou est le cas)

5.1 concernant le cours	<ul style="list-style-type: none"> • Chambre avec une capacité de 20 personnes (au moins) • Videoprojecteur, laptop, connexion Internet
5.2 concernant le seminaire/laboratoire	<ul style="list-style-type: none"> • Chambre avec une capacité de 20 personnes (au moins) • Videoprojecteur, laptop, connexion Internet

6. Les compétences spécifiques acquises

Compétences professionnelles	<p>Connaissance et compréhension des principaux concepts et les méthodes de communication de masse et interpersonnelle</p> <p>Explication et interprétation des tendances principales de la communication de la recherche (masse et interpersonnelle)</p> <p>Applications instrumentales: faire un projet de recherche individuel et une équipe de projet de recherche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la relation entre la société et de la communication et des types de changement d'interprétation, des formes et des méthodes de communication au niveau macro et microsocial. • Expliquer les éléments positifs et négatifs impliqués dans les processus de communication (de masse et interpersonnelles). • Identifier et définir le rôle de la communication dans la vie sociale.
Compétences transversales	<p>Instrumental (capacité d'analyse et de synthèse, communication orale et écrite en français; Capacité à développer des projets de recherche dans le domaine)</p> <p>/</p> <p>Systemique (Créativité, Esprit d'observation; Capacité à travailler en équipe)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formation de la capacité de travail en équipe - la négociation des rôles joués dans l'équipe, le programme de travail, les tâches pratiques de la réalisation de projets de recherche • Pratiquer les compétences créatives et innovantes en stimulant le dialogue intra et inter-groupe pour réaliser le projet de recherche impliqués dans le cours.

7. Objectifs du cours (basé sur les compétences spécifiques de la grille accumulés)

7.1 Objectif general du cours	Familiariser les étudiants avec le travail scientifique implique dans l'analyse de la communication
7.2 Objectif spécifiques du cours	<ul style="list-style-type: none"> • Acquérir des connaissances des méthodes d'analyse et d'explication de la communication. • La participation active dans les microprojets de recherche sur des sujets de la communication. • L'acquisition de connaissances théoriques et pratiques pour permettre aux étudiants de concevoir et de mener leurs propres projets de recherche.

- Renforcer la capacité d'analyse et de développer des compétences professionnelles de microrecherche.

8.Contenus

8.1 Cours	Methodes d'enseignements	Observations
Traditions de recherche dans l'étude de la communication	Interactifs, centrees sur l'etudiant	On va utiliser des présentations PowerPoint et des ressources en ligne.
Le projet de recherche		
L'enquête et sondage		
Observation		
L'entretien		
Focus-group		
L'analyse du contenu		

Bibliographie

Boutaud, J-J., (2003), *Comunicare, semiotică și semne publicitare – Teorii, modele și aplicații*, Editura Tritonic, București.

Bruhn Jensen, K, Jankowski, N, W, (eds.) (1991), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Routledge Ltd.

Chelcea, S, (2001), *Metodologia cercetării sociologice – Metode cantitative și calitative*, Editura Economică, București.

Coulon, A, (1987), *L'ethnomethodologie*, P.U.F., Paris.

Crabtree, B, Miller, W, L, (1992), *Doing Qualitative Research*, Sage Pbl.

Deacon, D, Pickering, M, Golding, P, Murdock, G, (1999), *Researching communication – A practical guide to methods in media and cultural analysis*, Arnold Pbl. Comp.

Ferreol, G, Deubel, Ph, (1993), *Methodologie des sciences sociales*, Edition Armand Colin, Paris.

Gunter, B, (2000), *Media Research Methods*, Sage Pbl.

Joly, M, (2002), *L'image et son interpretation*, Nathan, Paris.

Jost, F, (1985), *L'Oeil – camera – Entre film et roman*, P.U.L., Lyon.

King, G, Keohane, R, Verba, S, (2000), *Fundamentele cercetării sociale*, Editura Polirom, Iași.

Laramee, A, Vallee, B, (1991), *La recherche en communication – Elements de methodologie*, Presse de l'Universite du Quebec, Tele-universite.

Layder, D, (1993), *New Strategies in Social Research – An introduction and guide*, Polity Press Ltd.

Massé, P, (1992), *Methodes de collecte et d'analyse de donnees en communication*, Presse de L'Universite du Quebec, Tele-universite.

Mărginean, I, (2000), *Proiectarea cercetării sociologice*, Editura Polirom, Iași.

Mucchelli, R, (1990), *L'analyse de contenu des documents et des communications*, ESF Editeur, Nice.

Oppenheim, A, N, (1992), *Questionnaire design – Interviewing and attitude measurement*, Continuum Pbl.

Ronsee, J-M, (1991), *Media marketing – L'influence des media sur la consommation*, De Boeck Universite.

Roventă-Frumușani, D, (1999), *Semiotică, societate, cultură*, Editura Institutul European, Iași.

Roventă-Frumușani, D, (2000), *Argumentarea – Modele și strategii*, Editura All, București.

Roventă-Frumușani, D, (2004), *Analiza discursului – Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București.

Sarantakos, S, (1993), *Social Research*, Macmillan Press Ltd.

Sayre, S, (2001), *Qualitative Methods for Marketplace Research*, Sage Pbl.

Semprini, A, (1996), *Analyser la communication – Comment analyser les images, les medias, la publicite*, L'Harmattan, Paris.

Singletary, M, (1994), *Mass Communication Research – Contemporary Methods and Applications*, Longman Ltd.

8.2 Seminaire / laboratoire	Methodes d'enseignements	Observations
Traditions de recherche dans l'étude de la communication	Interactifs, centrees sur l'étudiant et sur le travail dans les grous détudiants.	Les élèves vont être encouragés à étudier et acquérir l'indépendance individuelle dans la recherche et l'analyse.
Le projet de recherche		
L'enquête et sondage		
Observation		
L'entretien		
Focus-group		
L'analyse du contenu		

Bibliographie

Boutaud, J-J., (2003), *Comunicare, semiotică și semne publicitare – Teorii, modele și aplicații*, Editura Tritonic, București.

Crabtree, B, Miller, W, L, (1992), *Doing Qualitative Research*, Sage Pbl.

Ferreol, G, Deubel, Ph, (1993), *Methodologie des sciences sociales*, Edition Armand Colin, Paris.

Gunter, B, (2000), *Media Research Methods*, Sage Pbl.

Laramee, A, Vallee, B, (1991), *La recherche en communication – Elements de methodologie*, Presse de l'Universite du Quebec, Tele-universite.

Massé, P, (1992), *Methodes de collecte et d'analyse de donnees en communication*, Presse de L'Universite du Quebec, Tele-universite.

Mucchelli, R, (1990), *L'analyse de contenu des documents et des communications*, ESF Editeur, Nice.

Oppenheim, A, N, (1992), *Questionnaire design – Interviewing and attitude measurement*, Continuum Pbl.

Roventă-Frumușani, D, (2004), *Analiza discursului – Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București.

Semprini, A, (1996), *Analyser la communication – Comment analyser les images, les medias, la publicite*, L' Harmattan, Paris.

9. La connexion des représentants des communautés épistémiques, les associations professionnelles et les représentants des employeurs dans le domaine de ce programme

- Création de capacités qui permettent aux étudiants d'accéder aux qualifications suivantes: enseignement, assistant de recherche en philologie et les sciences sociales, journaliste référent culturel.
- Développer les compétences dans des projets de travail en équipe pour la recherche.
- Familiariser les étudiants de tous les aspects importants présentés dans les travaux pratiques;
- Comprendre pleinement l'importance de la connaissance de cette discipline.
- La participation des étudiants à l'activité et que de nombreuses discussions sur les questions présentées.

10. Evaluation

Activite	10.1 Les critères d'évaluation.	10.2 Methodes d'évaluation	10.3 Pourcentage de la note finale
10.4 Cours	Compréhension et connaissance des questions étudiées.	Examen écrit	40%
	Capacite d'argumentation		
10.5 Seminaire / laboratoire	La pensée critique, l'originalité, la qualité de l'argumentation.	Presentation d'un projet de recherche	40%
	Des lectures obligatoires et la participation à des discussions.	Activite	20%
10.6 Standard minimum de performance			
<ul style="list-style-type: none">• La présentation orale d'une thématique choisie de cours.• Compréhension et l'application correcte des concepts / méthodes d'analyse de base abordés dans le cours.			

Date d'achevement

Signature de titulaire du cours

Signature de titulaire de seminaire

27.03.2020

Date d'achevemnet dans le departement

Signature chef de departement