

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	Jurnalism și Științele Comunicării
1.3 Departamentul	Antropologie culturală și Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Media, comunicare publică și globalizare

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cultura televiziunii și lumea digitală						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Univ. Dr. Mădălina Bălășescu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Univ. Dr. Mădălina Bălășescu						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	

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	30	din care: 3.5 curs	20	3.6 seminar/laborator	10
Distribuția fondului de timp					ORE
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					5
Examinări					6
Alte activități					6
3.7 Total ore studiu individual					10
3.9 Total ore pe semestru					76
3.10 Numărul de credite					6

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	Laptop, Videoproiector, Internet
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Laptop, Videoproiector, Internet

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. IDENTIFICAREA SI UTILIZAREA LIMBAJULUI, METODOLOGIILOR ȘI CUNOȘTINTELOR DE SPECIALITATE DIN DOMENIUL ȘTIINȚELOR COMUNICĂRII</p> <p>C1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple</p> <p>C2. UTILIZAREA NOILOR TEHNOLOGII DE INFORMARE ȘI</p>
-------------------------	--

	<p>COMUNICARE (NTIC)</p> <p>C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect</p> <p>C3. DESCRIEREA TIPURILOR DIFERITE DE AUDIENȚĂ / PUBLIC IMPLICATE ÎN COMUNICARE</p> <p>C3.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare în funcție de specificul canalului și al produsului media</p> <p>C4. MANAGEMENTUL INFORMAȚIEI DE PRESĂ</p> <p>C4.1 Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care organizațiile naționale sau locale îi globalizează activitatea</p> <p>C6. PRODUCȚIA UNUI CONȚINUT JURNALISTIC (TEXT, VIDEO, AUDIO ȘI FOTO) PENTRU TOATE TIPURILE DE MEDIA</p> <p>C6.1 Aplicarea conceptelor de bază pentru producția unei secțiuni /pagini tematice pentru o publicație sau a unei emisiuni conform normelor profesionale</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</p> <p>CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să ofere o viziune de ansamblu, integrată, asupra televiziunii ca fenomen global cu multiple valențe (social, cultural, economic, tehnologic) în vederea stabilirii de referințe fundamentale în culturii televiziunii ca fenomen marcant al secolului al XX-lea.
7.2 Obiectivele specifice	<p>a) Prezentarea televiziunii contemporane din perspectivă sistemică (producătorii, conținuturile, piața mondială, modele de distribuție, TV în mediul online, reglementări, TV ca afacere globală etc), care să ofere o “hartă generală” a televiziunii. Elemente de interpretare a televiziunii contemporane prin prisma teoriei Imperialismului cultural în raport cu Glocalism-ul.</p> <p>b) Prezentarea relației dintre TV și mediul online, identificarea caracteristicilor TV online în comparație cu modelul „clasic” al TV. Descrierea și analiza dinamicilor dintre dezvoltarea televiziunii ca fenomen complex și evoluția tehnologiei la scară istorică, globală. Evoluția câmpului de la paleo-televiziune la neo-televiziune. Interpretarea TV online în relație cu abordarea culturii de masă în raport cu produsele socio-culturale de nișă și cu profilurile publicurilor.</p> <p>c) Prezentarea culturii televiziunii atât ca spațiu de interacțiune complex la nivel structural-funcțional, cât și ca și mega-generator de influență socială și modelare culturală. Influența individuală și socială prin prisma modelelor: hegemonic, al cultivării, frame-urilor, etc.</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>1. Televiziunea contemporană: Definire și caracteristici. Perspective de abordare a televiziunii: economică, tehnologică, socială, culturală. Televiziunea, fenomen marcant al lumii moderne și contemporane: funcții, efecte, influență. Spațiu public, societate, opinie publică Repere istorice în cercetarea televiziunii. Referințe contemporane asupra televiziunii ca spațiu de analiză.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>2. Televiziunea contemporană - o perspectivă sistemică: Producătorii. Conținuturile. Difuzarea. Publicitatea. Reglementări. Industria TV și Piața globală / Piețe regionale / Piețe locale.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>3. Televiziunea europeană în context mondial: Sistemul de televiziune european: istoric, modele. Televiziune publică, Televiziune privată: caracteristici. Perspectiva UE.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>4. Televiziunea și mediul online: De la paleo-televiziune la neo-televiziune. Perspectiva tehnologică: Relația TV – Tehnologie în context dezvoltationist. Cultură de masă vs. Cultura nișei</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>5. Televiziunea și mediul online: TV online – definire și caracteristici. TV online – modele, formate, produse.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>6. Televiziunea și mediul online: TV online vs. Produse Video Public, publicuri. Audiență, audiențe.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>7. Cultura televiziunii: Televiziunea și construcție socială. Cultura socială (norme, valori, mentalități). Mentalul colectiv (subconștient colectiv, arhetipuri) Televiziune, spațiu public, opinie publică. Modelul hegemonic. Studiile culturale.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>8. Cultura televiziunii: Televiziune și construcție individuală. Mental individual vs. Consum TV Asocierile inconștiente. Modelul cultivării. Studiile culturale.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>9. Cultura televiziunii: Cultura promovării: Marketing politic. Marketing social. Marketing individual. Cultura Infotainment. Cultura Telespectatorului. Cultura Interacțiunii.</p>	Expunere PPT	Interactiv, Exemplificări și Ilustrări, Accente în funcție de așteptările informaționale.
<p>10. Evaluarea cursului</p>	Feed-back verbal + scris	În afara evaluării instituționale obligatorii

Bibliografie

Cărți:

- 1) Bălășescu, M., 2015, *Productia TV. Principii. Strategii. Tehnici*, Bucuresti, Tritonic
- 2) Ball-Rokeach, Sandra, DeFleur, Melvin, 1998, *Teorii ale comunicării de masă*, Iași, Polirom
- 3) Bignell, J., Orlebar, J., 2009, *Manual practic de televiziune*, Iași, Polirom
- 4) Bourdon, Jérôme, Méadel, Cécile (eds.), 2014, *Television Audiences Across the World – Deconstructing the Ratings Machine*, Palgrave Macmillan
- 5) Goffman, Erving, 2007, *Viața cotidiană ca spectacol*, București, Editura Comunicare.ro
- 6) Habermas, Jurgen, 2005, *Sfera publică și transformarea ei culturală*, București, Editura Comunicare.ro, ediția a 3-a
- 7) Jung, C. Gustav, 2003, *Arhetipurile și inconștientul colectiv*, București, Trei
- 8) Kellner, Douglas, 2003, *Media Spectacle*, London & New York, Routledge
- 9) Litwak, Mark, 2016, *Dealmaking in the Film – Television Industry from Negotiations to Final Contracts*, Los Angeles, Silman-James Press, 4-th edition
- 10) McCombs, Maxwell 2004, *Setting the agenda*, Cambridge, Polity Press
- 11) Rieffel, Remy, 2008, *Sociologia spațiului public*, Iași, Editura Polirom
- 12) Stanciu, N., Varlam, P., 2001, *Managementul televiziunii*, Bucuresti, Libra Vox
- 13) Ulin, Jeffrey, C., 2014, *The Business of Media Distribution – Monetizing Film, TV and Video Content*, New York and London, Focal Press
- 14) Varlam, P., Minea Ghe., Stanciu, N., 2007, *Televiziunea in era digitală*, București, Media Express
- 15) Zettl, Herbert, 2012, *Television Production Handbook*, Wadsworth, ediția a 11-a
- 16) Wolk, A., 2015, *Over the Top. How the Internet is (slowly but surely) changing the Television Industry*, Middletown, DE

Web: www.cna.ro; www.arma.ro

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Televiziunea contemporană: - Perspective de abordare a televiziunii: economică, tehnologică, socială, culturală. - Televiziunea, fenomen marcant al lumii moderne și contemporane: funcții, efecte, influență.	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
2. Televiziunea contemporană - o perspectivă sistemică: - Industria TV și Piața globală / Piețe regionale / Piețe locale.	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
3. Televiziunea europeană în context mondial: - Sistemul de televiziune european: modele. - Perspectiva UE.	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
4. Televiziunea și mediul online: - Neo-televiziunea - Cultură de masă vs. Cultura nișei	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
5. Televiziunea și mediul online: - TV online – definire și caracteristici. - TV online – modele, formate, produse.	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
6. Televiziunea și mediul online: - Public, publicuri. Audiență, audiențe.	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
7. Cultura televiziunii: - Televiziune și construcție socială. - Cultura socială a televiziunii (norme, valori, mentalități).	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
8. Cultura televiziunii: - Televiziune și construcție individuală.	discuție, analiză, exemple, studiu de	

- Teorii ale consumului TV.	caz.	
9. Cultura televiziunii: - Marketing politic. Marketing social. Marketing individual. - Cultura Infotainment. - Cultura Telespectatorului. - Cultura Interacțiunii.	discuție, analiză, exemple, studiu de caz.	
10. TV ca interes de cercetare / profesional	discuție	
Bibliografie: Aceași ca la curs.		

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

- Invitații; participări la workshop-uri cu tematică de profil.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare*	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Lucrare aplicativă sau micro-cercetare pornind de la tematica de curs și seminar.	Verificare	50 %
10.5 Seminar/laborator	Recenzia unei cărți din bibliografie și prezentarea în cadrul seminarului, la alegere (relevanța, contribuția originală în interpretarea informației) și Participare activă la discuții Intervenții pertinente Argumente Gândire critică	Prezentare în cadrul seminarului	50 %
10.6 Standard minim de performanță: Nota 7 75 % prezență curs și seminar			
*Aceleași pentru toate sesiunile de evaluare prevăzute regulamentar.			

Data completării

.....

Semnătura titularului disciplinei

.....

Data avizării în catedră

.....

Semnătura șefului catedrei

.....