

FIȘA DISCIPLINEI
***** STRATEGII DE MANAGEMENT ȘI FACTORI PSIHOLOGI ÎN AUDIO-VIZUAL *****
2024 – 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Comunicării
1.3. Departamentul	Departamentul de Științele Comunicării
1.4. Domeniul de studii	Comunicare și relații publice
1.5. Ciclul de studii (Licență/Masterat)	Master
1.6. Programul de studii	Comunicare și New Media
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Strategii de management și factori psihologici în audio-visual				
2.2. Titularul activității de curs	lect. univ. dr. Iulia Anghel			Email (adresa instituțională):	
2.3. Titularul activității de lucrări practice	lect. univ. dr. Iulia Anghel			Email (adresa instituțională):	
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	1	2.6. Codul disciplinei	SSSCNM 202402
2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul/categoria disciplinei ¹	OB	2.9. Tipul disciplinei ²	

3. Timpul total estimat (ore pe semestru distribuite pe activități didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână ³	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. lucrări practice	1
3.4. Total ore din planul de învățământ ⁴	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. lucrări practice	14
3.7. Total ore față în față / sem.	21	din care: 3.8. curs	14	3.9. lucrări practice	7
3.10. Total ore online sincron / sem.	21	din care: 3.11. curs	14	3.12. lucrări practice	7
Distribuția fondului de timp de studiu individual					108
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					100
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					2
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					
3.13. Total ore studiu individual					158
3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)					150
3.15. Numărul de credite ECTS					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Parcursarea disciplinelor din domeniul de studiu
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer Activitate online, sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
5.2. de desfășurare	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer +

¹ Funcție de standardele specifice: DO-disciplină obligatorie, DA/DOP-disciplină la alegere/opțională, DF-disciplină facultativă

² Funcție de standardele specifice și ciclul de studii: pentru licență DF-disciplină fundamentală, DD-disciplină de domeniu, DS-disciplină de specialitate, DC-disciplină complementară, respectiv pentru masterat: DA-disciplină de aprofundare, DS - disciplină de sinteză

³ Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

⁴ Idem 3

a lucrărilor practice	eșantioane didactice din colecția proprie Activitate online sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
-----------------------	--

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), necesare pentru studiul proceselor de comunicare derulate în mediul online și care determină modele de management în comunicarea pentru mediul audio-vizual; C2: Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor strategii de PR și marketing online, implicare în realizarea produselor de relații publice pentru mediul audio-vizual; C3: Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse specifice relațiilor publice, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect; C4: Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în crearea de strategii de persuasiune și mobilizare a audiențelor prin audio-vizual, inclusiv prin folosirea tehnicilor de analiză a componentelor valorice și psihologice ale grupurilor țintă; C5: Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin proiectarea unor instrumente specifice și adecvate abordării fenomenului audio-vizual; C6: Identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare asociate relațiilor publice și comunicării în general în contextul mediului audio-vizual;
Competențe transversale	CT1: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă; CT2: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii, cu precădere în contextul tranziției digitale;

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	O1. Familiarizarea studenților cu conceptele și limbajul specific managementului proceselor de comunicare prin audio-vizual; O2. Dobândirea de abilități de gestionare a metodelor, tehnicilor, strategiilor utilizate în comunicarea prin audio-vizual;
7.2. Obiectivele specifice	O1. Utilizarea adecvată a conceptelor specifice managementului comunicării prin mediul audio-vizual; O2. Cunoașterea funcțiilor și principiilor relațiilor publice, precum și a dimensiunilor specifice comunicării contemporane; O3. Cunoașterea și înțelegerea etapelor parcurse în structurarea și managementul produselor de relații publice difuzate în mediul audio-vizual; O4. Explicarea procesului de management al comunicării în audio-vizual; O5. Explicarea și interpretarea caracteristicilor domeniilor de aplicabilitate ale managementului comunicării în audio-vizual și în mediile emergente;

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare ⁵
1. Introducere. Definirea managementului în audio-vizual Tipuri de management în audio-vizual	Prelegere	2 ore FF
2. Definirea conceptelor cheie; Management și planificare strategică în audio-vizual. Trenduri contemporane	Prelegere	2 ore FF
3. Etape și procese în organizarea comunicării pentru mediul audio-vizual	Prelegere	2 ore FF
4. Valori, identități, comunicare, psihologie și cultură în comunicarea pentru audio-vizual	Prelegere	2 ore FF
5. Etică și deontologie în comunicarea pentru audio-vizual	Prelegere	2 ore FF
6. Motivații psihologice și elemente de persuasiune în conținuturile de relații publice difuzate prin audio-vizual	Prelegere	2 ore FF
7. Procesul de management decizional în comunicarea pentru	Prelegere	2 ore FF

⁵ FF – față în față; OS – online sincron

audio-vizual		
8.Studii caz. Televiziune și Internet. Intersecții transmedia în relațiile publice contemporane	Prelegere	2 ore OS
9.Studii de caz. Factori psihologice în comunicarea de audio-vizual. Rolul influencerilor în angajarea audiențelor	Prelegere	2 ore OS
10.Public, identitate, cultură în audio-vizual	Prelegere	2 ore OS
11. Storytelling și strategii de PR pentru mediul audio-vizual	Prelegere	2 ore OS
12. Managementul echipei și construcția infrastructurilor manageriale în comunicarea pentru audio-vizual	Prelegere	2 ore OS
13. Globalizarea și noi paradigme de comunicare în audio-vizual.	Prelegere	2 ore OS
14.Recapitulare	Prelegere	2 ore OS
Total ore 28 ore		14 ore - FF 14 ore – OS
<p>Bibliografie obligatorie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Managementul în audio-vizual</i>, Georgeta Dumitriu (Editura Polirom, 2005) 2. <i>Managementul proiectelor audio-vizuale</i>, Georgeta Dumitriu (Editura Polirom, 2010) 3. <i>Managementul echipelor creative</i> Mark Bryant (Editura Editura Universității din București, 2014) 4. <i>Psihologia mass-media</i>, Mihai Coman (Editura Polirom, 2008) 5. <i>Comunicarea în organizațiile audio-vizuale</i>, Mihaela Coman (Editura Universității din București, 2012) <p>Bibliografie recomandată</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. "<i>Managementul strategiilor de comunicare în media audio-vizuale</i>", Georgeta Dumitriu (Revista Comunicarea Socială, 2005) 2. "<i>Factorii psihologici care influențează managementul în media audio-vizuale</i>", Georgeta Dumitriu (Revista de Psihologie Socială, 2010) 3. "<i>Motivarea angajaților în organizațiile audio-vizuale</i>", Mihaela Coman (Revista de Management, 2014) 4. "<i>Leadershipul în organizațiile audio-vizuale</i>", Mihai Coman (Revista de Relații Publice, 2012) 5. "<i>Luarea deciziilor în organizațiile audio-vizuale</i>" de Georgeta Dumitriu (Revista de Sociologie, 2016) 		
8.2. Lucrări practice	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare ⁶
1.Introducere. Definirea managementului în audio-vizual Tipuri de management în audio-vizual	Dezbateri	1 oră FF
2.Definirea conceptelor cheie; Managment și planificare strategică în audio-vizual. Trenduri contemporane	Dezbateri	1 oră FF
3.Etape și procese în organizarea comunicării pentru mediul audio-vizual	Dezbateri	1 oră FF
4.Valori, identități, comunicare, psihologie și cultură în comunicarea pentru audio-vizual	Dezbateri	1 oră FF
5. Etică și deontologie în comunicarea pentru audio-vizual	Dezbateri	1 oră FF
6. Motivații psihologice și elemente de persuasiune în conținuturile de relații publice difuzate prin audio-vizual	Dezbateri	1 oră FF
7. Procesul de managment decizional în comunicarea pentru audio-vizual	Dezbateri	1 oră FF
8.Studii caz. Televiziune și Internet. Intersecții transmedia în relațiile publice contemporane	Dezbateri	1 oră OS
9.Studii de caz. Factori psihologice în comunicarea de audio-vizual. Rolul influencerilor în angajarea audiențelor	Dezbateri	1 oră OS
10.Public, identitate, cultură în audio-vizual	Dezbateri	1 oră OS
11. Storytelling și strategii de PR pentru mediul audio-vizual	Dezbateri	1 oră OS

⁶ Idem 5

12. Managementul echipei și construcția infrastructurilor manageriale în comunicarea pentru audio-vizual	Dezbateri	1 oră OS
13. Globalizarea și noi paradigme de comunicare în audio-vizual.	Dezbateri	1 oră OS
14. Recapitulare	Dezbateri	1 oră OS
Total activitate laborator 14 ore		FF 7 ore OS 7 ore
Bibliografie obligatorie		
6. <i>Managementul în audio-vizual</i> , Georgeta Dumitriu (Editura Polirom, 2005)		
7. <i>Managementul proiectelor audio-vizuale</i> , Georgeta Dumitriu (Editura Polirom, 2010)		
8. <i>Managementul echipelor creative</i> Mark Bryant (Editura Editura Universității din București, 2014)		
9. <i>Psihologia mass-media</i> , Mihai Coman (Editura Polirom, 2008)		
10. <i>Comunicarea în organizațiile audio-vizuale</i> , Mihaela Coman (Editura Universității din București, 2012)		
Bibliografie recomandată		
1. " <i>Managementul strategiilor de comunicare în media audio-vizuale</i> ", Georgeta Dumitriu (Revista Comunicarea Socială, 2005)		
2. " <i>Factorii psihologici care influențează managementul în media audio-vizuale</i> ", Georgeta Dumitriu (Revista de Psihologie Socială, 2010)		
3. " <i>Motivarea angajaților în organizațiile audio-vizuale</i> ", Mihaela Coman (Revista de Management, 2014)		
4. " <i>Leadershipul în organizațiile audio-vizuale</i> ", Mihai Coman (Revista de Relații Publice, 2012)		
5. " <i>Luarea deciziilor în organizațiile audio-vizuale</i> " de Georgeta Dumitriu (Revista de Sociologie, 2016)		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și reflectă tendințele contemporane de evoluție din sfera științelor comunicării, inclusiv în domeniul digitalizării și în noile media.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	10%
10.5. Seminar/ Laborator/ Lucrări practice/ Proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	50%
10.6. Evaluare finală	Examen final		40%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8. Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.			

Data completării
septembrie 2023

Semnătura titularului
de curs

Semnătura titularului de lucrări
practice
lect.univ.dr. I Anghel

lect.univ.dr. I. Anghel

Data avizării în departament
septembrie 2023

Semnătura directorului de
departament
lect.univ.dr. Flavius Pană