

FIȘA DISCIPLINEI
Sociologia comunicării
Anul universitar 2023-2024

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
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență redusă

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Sociologia comunicării		Codul disciplinei	SSSC202323			
2.2. Titularul activității de curs	Lect.univ.dr. Flavius Alexandru Pana		Email:	flavius.pana@ueb.education			
2.3. Titularul activității de seminar/ activități de laborator /lucrări practice/proiect	Lect.univ.dr. Flavius Alexandru Pana		Email:	flavius.pana@ueb.education			
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	3	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei ^{1/} Tipul disciplinei ²	Obligativu

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Total ore din planul de învățământ	72	din care:	3.2. AI ³		3.3. SF ⁴	28	3.4. ST ⁵		3.5. L ⁶		3.6. LP ⁷		3.7. P ⁸	
Distribuția fondului de timp de activități de autoinstruire													ore	
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe													30	
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren													20	
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri													20	
Tutoriat														
Examinări													2	
Alte activități													-	
3.8. Total ore activități de autoinstruire													72	
3.9. Total ore pe semestru (3.3 + 3.4 + 3.5 + 3.6 + 3.7)													28	
3.10. Numărul de credite ECTS													4	

¹ Obligatorie/opțională/facultativă

² Fundamentală/complementară/specializare

³ AI – activități de autoinstruire

⁴ SF – seminar față în față

⁵ ST – seminar în sistem de tutorat

⁶ L – activități de laborator

⁷ LP – lucrări practice

⁸ P – proiect, practică

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Introducere în teoria comunicării. Introducere în sociologie
4.2. de competențe	Ușurința de a comunica corect, Competențe digitale de utilizare a mijloacelor de comunicare în masă precum și în utilizarea motoarelor de căutare www. Competențe de utilizare a platformei Google Classroom

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a activităților de autoinstruire	
5.2. de desfășurare a seminarelor/ a activităților de laborator /a lucrărilor practice/ a proiectului	Acces la platforma UEB google classroom. Acces la sala de clasa dotată cu videoproiector, tabla.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- Proiectarea și realizarea de cercetări sociologice (culegere, prelucrare și analiză de date sociale) în organizații și comunități, cercetări culturale, studii de piață etc- Gestionarea sistemelor de date sociale- Diagnoza problemelor sociale/ sociologice și analiza și aplicarea de politici publice și sociale- Identificarea, analiza (explicarea) și soluționarea de probleme și conflicte sociale în organizații și comunități- Consiliere profesională și de integrare social- Analiza comunicării sociale și a mass-media
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">- Aplicarea strategiilor de muncă riguroasă, eficientă, de punctualitate și răspundere personală față de rezultat, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională- Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă- Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională Utilizarea unei limbi de circulație internațională pentru studiul bibliografiei, redactarea textelor științifice și prezentarea rezultatelor unui public internațional

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	- Familiarizarea studenților cu principalele paradigme utilizate la ora actuală în analiza comunicării, a comunicării de masă și mass media
7.2. Obiectivele specifice	- Dezvoltarea capacității de a utiliza concepte, teorii, paradigme și metodologii specifice disciplinei în contexte aplicate. Dezvoltarea capacității de a analiza și evalua strategii și procese de comunicare ce au loc în mediul social real Dezvoltarea capacității de a elabora proiecte de cercetare și intervenție în domeniul comunicării și mass-media

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire
1. Abordarea sociologică a comunicării <ul style="list-style-type: none">- comunicarea ca proces social- definire și caracteristici; elemente componente; tipologii;- particularitățile abordării sociologice a comunicării;

<ul style="list-style-type: none"> - dimensiuni și axiome; comunicare și informație. - modelarea comunicării
<p>2. Metode și tehnici de analiză a comunicării</p> <ul style="list-style-type: none"> - abordările interogative – prezentare generală; ancheta sociologică și interviul - analiza de conținut: definire, etape, tehnici, grila de categorii. - analiza rețelelor sociale; cuantificarea matematică a informației.
<p>3. Comunicarea interpersonală</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunicarea intrapersonală și interpersonală: caracteristici și elemente componente - comunicarea verbală (scrisă și orală) – caracteristici, tipuri, ascultarea - comunicarea non-verbală și paraverbală
<p>4. Comunicarea de masa</p> <ul style="list-style-type: none"> - caracteristicile comunicării de masa - mijloacele comunicării de masă: tipologie și caracteristici: tipar, radio, televiziune și Internet; - evoluție istorică - audiența comunicării de masă: definire și conținuturi. Tehnici de măsurare. - efectele comunicării de masă: definire, tipologii, teorii
<p>5. Comunicarea mediată de computer</p> <ul style="list-style-type: none"> - definirea CMC, caracteristici, implicații - Internetul – definire, caracteristici, evoluție, profil socio-demografic - Web 2.0 – particularități, parametri, social media - Homo Interneticus – trăsături, implicații
<p>6. Dezinformarea în societatea contemporană</p> <ul style="list-style-type: none"> - definire, caracteristici - manipularea, persuasiunea, rezistența la schimbare - zvonurile, Fake News
<p>7. Comunicarea politică</p> <ul style="list-style-type: none"> - particularitățile comunicării publice - rolul mass-media în modelarea comportamentului electoral - utilizarea mass-mediei în campaniile electorale.
<p>8. Comunicarea în contexte sociale</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunicarea la locul de muncă - comunicarea emoțiilor - rolul comunicării în gestionarea situațiilor conflictuale
<p>9. Perspective privind evoluția viitoare a comunicării</p> <ul style="list-style-type: none"> - realitatea aglutinată, - AI și algoritmi - roboții sociali, prieteni virtuali, conștiințe artificiale
<p>Bibliografie obligatorie</p> <p>Coman, M., (1999), Introducere în sistemul mass media, Polirom, Iași</p> <p>DeFleur, M., Rokeach, S., (1999), Teorii ale comunicării de masă, Polirom, Iași</p> <p>Drăgan, I., (1996) Paradigme ale comunicării de masă, Casa de editură și presă ȘANSA, București</p> <p>Flichy, P., O istorie a comunicării moderne, Polirom, Iași, 1999;</p> <p>Jeanneney, J.N., O istorie a mijloacelor de comunicare, Iași, Institutul European, 1997;</p> <p>Joanescu, I., Radioul modern, All, 1999;</p> <p>Kapferer, Jean-Noel (2002) Căile persuasiunii, Ed. Comunicare.ro, Bucuresti McQuail, D. Comunicarea, Institutul European, Iași, 1999;</p> <p>McLuhan, M., Galaxia Gutenberg, Ed. Politică, București, 1975</p> <p>Nadolu B., Despre comunicare, Editura de Vest, Timișoara, 2014</p> <p>Pânișoară Ion Ovidiu (2008) Comunicarea eficientă, ediția a III-a, București: Polirom Sartori, Giovanni (2005)</p>
<p>Bibliografie recomandată</p>

Badillo, R.P., The emancipative theory of Jurgen Habermas and Metaphysics, Washington, 1991;
 Berger, A.A, (1998), Media research techniques, Sage Publications
 Bertrand, C.J., Deontologia mijloacelor de comunicare, Institutul European, Iași, 2000;
 Castells, M., The Informational City: Information Technology Economic Restructuring and the Urban-Regional Process, Blakwell, Oxford, 1989;
 Caune, J., (2000), Cultură și comunicare, Cartea românească
 Dobresu, P., Bârgăoanu, A., (2002), Puterea fără contraputere, All, București
 Englewood, C., Mass-media in the Information Age, Prentice Hall, 1990;
 Foucault, M., Ordinea discursului, București, 1998;
 Habermas, J., Cunoaștere și comunicare, Ed. Politică, București, 1983;
 Haineș, R., (2002), Televiziunea și reconfigurarea politicului, Polirom , Iași
 Lasswell, D. - Language of Politics, Cambridge, MIT Press, 1965

8.2. Seminar/ activități de laborator /lucrări practice/proiect	Metode de predare	Observații/ Nr. de ore
1. Abordarea sociologică a comunicării - comunicarea ca proces social - definire și caracteristici; elemente componente; tipologii; - particularitățile abordării sociologice a comunicării; - dimensiuni și axiome; comunicare și informație. - modelarea comunicării	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme; - exemplificare; - dezbateri	1
2. Metode și tehnici de analiză a comunicării - abordările interogative – prezentare generală; ancheta sociologică și interviul - analiza de conținut: definire, etape, tehnici, grila de categorii. - analiza rețelelor sociale; cuantificarea matematică a informației.	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme;	2
3. Comunicarea interpersonală - comunicarea intrapersonală și interpersonală: caracteristici și elemente componente - comunicarea verbală (scrisă și orală) – caracteristici, tipuri, ascultarea - comunicarea non-verbală și paraverbală	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme; - exemplificare; - dezbateri	1
4. Comunicarea de masa - caracteristicile comunicării de masa - mijloacele comunicării de masă: tipologie și caracteristici: tipar, radio, televiziune și Internet; - evoluție istorică - audiența comunicării de masă: definire și conținuturi. Tehnici de măsurare. - efectele comunicării de masă: definire, tipologii, teorii	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme;	2
5. Comunicarea mediată de computer - definirea CMC, caracteristici, implicații - Internetul – definire, caracteristici, evoluție, profil socio-demografic - Web 2.0 – particularități, parametrii, social media - Homo Interneticus – trăsături, implicații	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme;	2
6. Comunicarea politică - particularitățile comunicării publice	- prelegere participativă; - problematizare;	2

- rolul mass-media în modelarea comportamentului electoral - utilizarea mass-mediei în campaniile electorale.	- expunere de probleme; - exemplificare; - dezbateri	
7. Comunicarea politică - particularitățile comunicării publice - rolul mass-media în modelarea comportamentului electoral - utilizarea mass-mediei în campaniile electorale.	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme; - exemplificare; - dezbateri	2
8. Comunicarea în contexte sociale - comunicarea la locul de muncă - comunicarea emoțiilor - rolul comunicării în gestionarea situațiilor conflictuale	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme; - exemplificare; - dezbateri	1
9. Perspective privind evoluția viitoare a comunicării - realitatea aglutinată, - AI și algoritmii - roboții sociali, prieteni virtuali, conștiințe artificiale	- prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme; - exemplificare; - dezbateri	1
Verificare pe parcurs	-	-
Total ore		14
<p>Bibliografie obligatorie Coman, M., (1999), Introducere în sistemul mass media, Polirom, Iași DeFleur, M., Rokeach, S., (1999), Teorii ale comunicării de masă, Polirom, Iași Drăgan, I., (1996) Paradigme ale comunicării de masă, Casa de editură și presă ȘANSA, București Flichy, P., O istorie a comunicării moderne, Polirom, Iași, 1999; Jeanneney, J.N., O istorie a mijloacelor de comunicare, Iași, Institutul European, 1997; Joanescu, I., Radioul modern, All, 1999; Kapferer, Jean-Noel (2002) Căile persuasiunii, Ed. Comunicare.ro, Bucuresti McQuail, D. Comunicarea, Institutul European, Iași, 1999; McLuhan, M., Galaxia Gutenberg, Ed. Politică, București, 1975 Nadolu B., Despre comunicare, Editura de Vest, Timișoara, 2014 Pânișoară Ion Ovidiu (2008) Comunicarea eficientă, ediția a III-a, București: Polirom Sartori, Giovanni (2005)</p> <p>Bibliografie recomandată Badillo, R.P., The emancipative theory of Jurgen Habermas and Metaphysics, Washington, 1991; Berger, A.A, (1998), Media research techniques, Sage Publications Bertrand, C.J., Deontologia mijloacelor de comunicare, Institutul European, Iași, 2000; Castells, M., The Informational City: Information Technology Economic Restructuring and the Urban-Regional Process, Blakwell, Oxford, 1989; Caune, J., (2000), Cultură și comunicare, Cartea românească Dobresu, P., Bârgăoanu, A., (2002), Puterea fără contraputere, All, București Englewood, C., Mass-media in the Information Age, Prentice Hall, 1990; Foucault, M., Ordinea discursului, București, 1998; Habermas, J., Cunoaștere și comunicare, Ed. Politică, București, 1983; Haineș, R., (2002), Televiziunea și reconfigurarea politicului, Polirom , Iași Lasswell, D. - Language of Politics, Cambridge, MIT Press, 1965</p>		

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

Conținuturile tematice abordate prezintă un nivel ridicat de compatibilitate cu ofertele de profil atât din România dar și de la nivel global. Activitățile de curs și de seminar proiectate includ și subiecte definite ca „state of the art” în domeniul comunicării de către publicațiile patronate de „International Communication Association”. Aspectele practice asigurate de capitolul „Metode și tehnici de analiză a comunicării – analiza de conținut” reprezintă o resursă deosebit de valoroasă pentru un viitor analist media.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1.Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	-	-	-
10.5. Seminar/ activități de laborator /lucrări practice/proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Participare la dezbateri	20%
10.6. Evaluare finală ⁹	Rezultate ale studiului individual. Aplicarea cunoștințelor prin rezolvare de probleme, interpretare și argumentare.	Proiect	80%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): NOTĂ			
10.8 Standard minim de performanță: Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie și practică comunicațională în relațiile sociale			

Data completării
Septembrie 2023
Data avizării în departament IFR-
ID
Septembrie 2023
Data avizării în departament
Septembrie 2023

Semnătura coordonatorului de
disciplină,
lect.univ.dr. Pana Alexandru Flavius

Semnătura responsabilului IFR
Conf. univ.dr. Andreea Rîpeanu

Semnătura directorului
de departament
Lect. univ.dr. Iulia Anghel

⁹ E – examen, C – colocviu