



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Tehnici de redactare			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Cistelean Alexandru			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 23		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 23		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 22		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa fie dotată cu un proiector și conexiune internet
5.2 a activităților practice:
Sala sa fie dotată cu un proiector și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.
C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.
C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare.
C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP. Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere. C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere. C 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere. C 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare. C 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.
6.2 transversale: 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.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Disciplina își propune să formeze competențe în domeniul tehnicilor și strategiilor de redactare a textului, la nivelul diferitelor niveluri media, precum și în domeniul jurnalistic, din perspectiva relației dintre strategiile cognitive și strategiile lingvistice (a relației indestructibile dintre limbă și gândire).
7.2 Obiective specifice: formarea competențelor de redactare a textului în domeniul mediatic; formarea competențelor de elaborare a unui „articol” de presă, din perspectiva etapelor specifice, a strategiilor de elaborare, a situațiilor de comunicare media

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Principiile redactării de materiale pentru relațiile publice	Prelegere, problematizare	-	-	2
2	Conținutul: simplificarea lucrurilor complicate	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
3	Comunicarea scrisă: redactarea unui CV, a unei scrisori de intenție, conceperea și realizarea cărților de vizită	Problematizare, demonstrații interactive, discuții dirijate	-	-	2
4	Construcția textului jurnalistic	Prelegere, studii de caz	-	-	4
5	Tehnologie mediatică: titlul și elementele de titrare	Problematizare, exercitii de stil, studii de caz, metoda discutiei dirijate	-	-	2
6	Tehnologie mediatică: ilustrațiile	Studii de caz, demonstrații interactive, metoda brainstormingului	-	-	2
7	Metode și tehnici de exprimare în genurile publicistice (relatarea, comentariul, editorialul, articolul, reportajul, foiletonul, pamfletul, recenzia)	Studii de caz, discuții dirijate, demonstrații interactive	-	-	2
8	Principii de redactare în presa de opinie	Prelegere, studii de caz, discuții dirijate	-	-	2
9	Principii de redactare în presa specializată	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
10	Modalități de scriere interactivă	Problematizare, studii de caz, demonstrații interactive	-	-	2
11	Specificul redactării pentru TV	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, demonstrații interactive	-	-	2
12	Ipostaze ale „naratorului” în genurile publicistice	Prelegere, studii de caz	-	-	2
13	Ce este stilul	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

Obligatorie:

Christopher Gales et al., The Product is Docs: Writing Technical Documentation in a Product Development Group, 2020

Daniel Stockemer, Quantitative Methods for Social Sciences: A Practical Introduction, Springer International, 2019

Optional:

Coman Mihai, Manual de jurnalism, Editura Polirom, 2001.

Ferreol Gilles, Flageul Noël, Metode si tehnici de exprimare scrisa si orala, Editura Polirom, Iasi, 1998.
Preda, Sorin, Tehnici de redactare în presa scrisă, Iași, Polirom, 2006

Optionala:

Kate Turabian, A Manual for Writers of Research Papers, Theses, and Dissertations, Chicago Press, 2013

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tehnica pro și contra	Studii de caz, discutii dirijate	-	-	4
2	Tehnica titlurilor in presa locala	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
3	Tehnica titlurilor în presa internațională	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
4	Tehnica interviului în presa locală	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
5	Tehnica interviului în presa internationala	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
6	Tehnici de realizare a foiletonului (cu aplicație pe presa social-politică)	Problematizare, studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
7	Tehnici de realizare a Comentariului în presa locală	Problematizare, studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
8	Tehnici de realizare a comentariului în presa internațională	Proiectii video, studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
9	Metode si tehnici ale editorialul în presa locală	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
10	Metode și tehnici ale editorialului în presa internațională	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
11	„Stilul este omul”: talent și deprindere în munca de redactare	Prelegere, problematizare, studii de caz, discutii dirijate	-	-	4
12	Tehnica naratiunii	Prelegere, problematizare, studii de caz, discutii dirijate	-	-	2

Bibliografie

Obligatoriu:

Adrian Wallwork, Anna Southern, 100 Tips to Avoid Mistakes in Academic Writing and Presenting, Springer, 2020
Marialuisa Aliotta, Mastering Academic Writing in the Sciences: A Step By Step Guide, CRC Press, 2018

Optional:

Bălănescu, Olga, Redactare de texte. Cum să scriem corect, Ariadna 198, 2007
Aronson, Merry, Ghidul redactării în relații publice. Era digitală, Anesta Publishing, 2008
Popescu, Cristian-Florin, Manual de jurnalism. Genurile redacționale, Tritonic, 2005

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

Studiul disciplinei Tehnici de redactare permite studentilor accesul la strategiile de comunicare media, la delimitarea genurilor jurnalistice (cunostinte fundamentale necesare pentru următoarele etape de studiu, master, doctorat).

Permite conștientizarea relației indestructibile dintre limbă și gândire, fundamentală pentru coerența discursului media, utilizat în jurnalistică și mass-media contemporană, de specialiști în domeniu, de cercetători

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/teme	Verificare pe parcurs	20
- în timpul activității practice	Analize lingvistice - dificultăți și confuzii	Portofoliu/Prezentare/Participare la discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen scris	30

- examen practic final	Realizarea unei lucrari academice conform standardelor utilizate	Lucrare	20
Standard minim de performanță: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnostică și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Joi 19-20
------------------------------	-----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Tehnologii pentru media digitale			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Sigmirean Corneliu Cezar			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 5		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală cu videoprojector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice. C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

- Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

6.2 transversale:

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.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Introducerea studenților în istoria și teoria tehnologiilor media și consecințele lor pe plan social și politic, în contextul general al istoriei civilizației occidentale.

7.2 Obiective specifice:

- Înțelegerea dezvoltării tehnologiilor de comunicare
- Identificarea influențelor sociale și politice a noilor tehnologii de comunicare în istoria occidentală.
- Înțelegerea principalelor teorii științifice și abordări metodologice de cercetare în domeniul istoriei media.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Istoria lumii - o istorie mediată de tehnologia ei. Curs introductiv	Prelegere	1 activitate	-	2
2	Revoluția industrială, publicațiile periodice și schimbarea socială	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Rolul Radio-ului de la apariție până astăzi – studiul comparativ diacronic	Prelegere	1 activitate	-	2
4	O nouă tehnologie impusă de noi contexte sociale, economice, culturale: cinematograful	Prelegere	1 activitate	-	2
5	Opțiunea inovatoare a secolul XX: televiziunea și tele-realitatea	Prelegere	1 activitate	-	2
6	Computerul – protagonistul unei epoci cucerite de tehnologie	Prelegere	1 activitate	-	2
7	Realitatea mediată a internetului. Prezent și perspective	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Biggs, Asa, Mass-media. O Istorie socială de la Gutenberg la Internet, Polirom, Iași, 2005 Bibliografie facultativă:

Barbie Zelizer (ed.), Explorations in Communication and History, Routledge, 2008

Giovannini, Giovanni, De la silex la siliciu – Istoria mijloacelor de comunicare în masă, Editura Tehnică, 1989;

Innis, Harold, Empire and Communications, Press Porcepic, 1986

Winston, Brian, Media Technology and Society: A History from the Telegraph to the Internet, Routledge, 1998

Strandage, Tom, The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century's On-Line Pioneers, 1999

Green, Leila, The Internet. An Introduction to New Media, Berg, Oxford, 2010

Cavallaro, Dani, Cyberpunk and Cyberculture, The Athlone Press, 2000

McLuhan, Marshall, Să înțelegem media. Extensiile omului, Cartea Veche, București, 2011

Smith, Meritt, Roe, Does technology drive history? The Dilemma of Technological Determinism, MIT Press, Cambridge, 1994

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicatele de presă în format video	Dezbateri și activități aplicative	1 activitate	-	2
2	World Wide Web și rolul presei în societate	Dezbateri și activități aplicative	1 activitate	-	2
3	Internetul și realitatea virtuală	Dezbateri și activități aplicative	1 activitate	-	2
4	Blogurile și media tradiționale	Dezbateri și activități aplicative	1 activitate	-	2
5	De la blogging la vlogging la podcasting	Dezbateri și activități aplicative	2 activități	-	4
6	Tehnici noi de creare a mesajelor	Dezbateri și activități aplicative	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie recomandată:

Biggs, Asa, Mass-media. O Istorie socială de la Gutenberg la Internet, Polirom, Iași, 2005
 Barbie Zelizer (ed.), Explorations in Communication and History, Routledge, 2008
 Giovannini, Giovanni, De la silex la siliciu – Istoria mijloacelor de comunicare în masă, Editura Tehnică, 1989;
 Innis, Harold, Empire and Communications, Press Porcupine, 1986
 Winston, Brian, Media Technology and Society: A History from the Telegraph to the Internet, Routledge, 1998
 Strandage, Tom, The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century's On-Line Pioneers, 1999
 Green, Leila, The Internet. An Introduction to New Media, Berg, Oxford, 2010
 Cavallaro, Dani, Cyberpunk and Cyberculture, The Athlone Press, 2000
 McLuhan, Marshall, Să înțelegem media. Extensiile omului, Cartea Veche, București, 2011
 Smith, Meritt, Roe, Does technology drive history? The Dilemma of Technological Determinism, MIT Press, Cambridge, 1994

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și practice de utilizare a tehnicilor și strategiilor de marketing digital	Proiecte, analize, simulări de setare a unor campanii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	50
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și practice de utilizare a tehnicilor și strategiilor de marketing digital	Proiect	20
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Miercuri, ora 16
----------------------------------	------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Dreptul comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 50		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 0		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală de curs dotată cu videoproiector.
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare

documentare.
CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
6.2 transversale:
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;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Formarea abilității de a înțelege dimensiunea juridică și judiciară a comunicării publice, de a cunoaște și interpreta în mod competent actele normative ale domeniului, drepturile și obligațiile legale, etice, deontologice ale participanților la comunicarea publică;
7.2 Obiective specifice:
Cunoașterea modului de organizare a profesiei și a valorilor personale/ sociale/ societale ale acesteia.
Respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare/ documentare.
Realizarea de portofolii cu privire la respectarea vs. nerespectarea legislației naționale și/ sau europene și dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Noțiuni introductive. Definirea dreptului și a dreptului comunicării	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
2	Izvoarele și principiile dreptului comunicării	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
3	Drepturile și obligațiile subiecților dreptului comunicării. Drepturile și obligațiile persoanei	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
4	Drepturile și obligațiile agentului media	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
5	Drepturile și obligațiile autorității publice	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
6	Principiile dreptului comunicării sociale	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
7	Regimul juridic al responsabilității în dreptul comunicării	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
8	Responsabilitatea și răspunderea civilă în dreptul comunicării	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
9	Responsabilitatea și răspunderea penală în dreptul comunicării - aspecte generale	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
10	Dreptul la rectificare și dreptul la replică	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
11	Dreptul sursei la protecție. Infrațiuni specifice dreptului comunicării	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
12	Autoritățile publice și dreptul la informație al persoanei	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2

13	Norme juridice privind comunicarea audiovizuală. Norme juridice privind comunicarea publicitară.	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2
14	Norme juridice privind respectarea demnității umane și a dreptului la propria imagine în comunicarea publică.	Prelegere, interpretare și ilustrare prin cazuistică și exemple	-	-	2

Bibliografie

Bozeșan, Vasile et. al., Limitele libertății de exprimare. Politicieni, jurnaliști, magistrați, Ed. Hamangiu, București, 2014;

Petroiu, Marius, Dreptul de acces la informațiile de interes public. De la litera legii, la abuzul autorităților, Editura Hamangiu, București, 2014;

Mureșan, Raluca, Elemente de dreptul comunicării, Editura Astra Museum, Sibiu, 2014;

Radu, Raluca-Nicoleta, Deontologia comunicării publice, Editura Polirom, București, 2015;

Rusu, Elena et al., Cum să comunicăm în mod legal sau Dreptul publicității, Evrika Publishing, București, 2016;

Thiemann, Alina, „Libertatea de exprimare și informare”, pp. 76-110, în Radu, Raluca (coord.) Deontologia comunicării publice, Iași, Polirom, 2015.

Site-uri legislație 2022:

<http://legislatie.just.ro/>;

http://www.dreptonline.ro/legislatie/start_legislatie.php;

<http://www.cna.ro/>;

<http://portal.just.ro/>;

<http://www.monitoruloficial.ro/>;

<http://jurisprudencedo.com/>;

<http://www.scj.ro/>.

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

Cursul prin conținutul său este coroborat cu prevederile de bază ale legislației, deontologiei profesionale și normativelor în vigoare care reglementează comunicarea în spațiul public. De asemenea, vizează îndeaproape expectanțele mediului profesional din acest domeniu specific de competență.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Dreptul comunicării, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	30
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	70
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează participarea activă la cel puțin jumătate 2/3 dintre orele de curs precum și rezolvarea adecvată a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	30 de minute după fiecare curs
----------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Politici de confidențialitate a datelor (GDPR)			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ploșteanu Nicolae-Dragoș			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 50		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 5		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 5		
- tutorial: 5		
- examinări: 5		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: cunoștințe de bază în domeniul juridic
4.2 de competențe: -

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: rețea Wi-fi și acces la laptop
5.2 a activităților practice: -

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: înțelegerea principalelor cerințe legale în ceea ce privește manipularea datelor cu caracter profesional în cadrul comunicării
6.2 transversale: posibilitatea de a aborda orice comunicare dintr-o perspectivă a responsabilității față de datele cu caracter personal
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

deprinderea studenților cu un standard de calitate în domeniul protecției datelor cu caracter personal, astfel încât să fie îndeplinite principalele cerințe prevăzute de Regulamentul General privind protecția datelor

7.2 Obiective specifice:

cunoașterea celor șapte principii de protecție a datelor cu caracter personal, aplicate în special în mediul societății informaționale și de informare publică

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Principalele instrumente juridice privind libertatea de exprimare, viața privată și protecția datelor	expunere cadru, prezentare ppt și problematizare	-	-	4
2	Principiile de bază în domeniul protecției datelor cu caracter personal	prezentare sintetică și exemplificare cazuistică	-	-	4
3	Marile provocări ale tehnologiei în domeniul protecției datelor și a libertății de exprimare	prezentare și dezbateri	-	-	4
4	Excepția jurnalistică. Teorie și practică. Legislația relevantă	expunere	-	-	4
5	Răspunderea operatorilor pentru conținutul comunicării	Dezbateri, expunere, ppt	-	-	4
6	Câteva instrumente juridice pentru echilibrarea drepturilor și a intereselor concurente cu protecția datelor	prezentare sintetică	-	-	4
7	Sanctiunile prevăzute de Regulamentul General privind protecția datelor pentru încălcarea regimului de confidențialitate	prezentare sintetică și prezentare a cazuisticii în domeniu	-	-	4

Bibliografie

The Eu General Regulation on Data Protection. Commentary, Christopher Kuner et alii, 2021, Oxford University Press

Regulamentul General privind Protecția Datelor

Support de curs

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

standardul de protecție a datelor este extrem de important și urmărit de toate entitățile din domeniul comunicării, de orice natură, în special, comunicarea publică. La momentul prezent confidențialitatea este trăsătură a comunicării

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	implicare și participare la dezbaterile din timpul orelor	analiză răspuns	10
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	stăpânirea și cunoașterea principalelor concepte din domeniul protecției datelor cunoașterea cazuisticii relevante privind excepția jurnalistică	examinare orală	90
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Înțelegerea conținutului juridic al dreptului la protecția datelor și a dreptului la liberă exprimare

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ploșteanu Nicolae-Dragoș	Vinerea, săptămânal, pe parcursul semestrului, între orele 14-15
----------------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Protecția proprietății intelectuale			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Kajcsa Andrea			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 50		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 5		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 5		
- tutorial: 5		
- examinări: 5		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
- studenții se vor prezenta la prelegeri și seminarii cu telefoanele mobile închise;
- nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs și seminar
5.2 a activităților practice:
-termenul predării lucrărilor de seminar este stabilit de titular de comun acord cu studenții. Nu se acceptă cererile de amânare, decât dacă există motive întemeiate.
-dacă lucrarea nu este predată la timp, nu se va acorda punctajul corespunzător acestei evaluări.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 3 Aplicarea legislației românești, a legislației europene și a celorlalte instrumente juridice internaționale;
C 6 Utilizarea legislației în vigoare în analiza situațiilor juridice, în încadrarea lor corectă din punct de vedere juridic și în soluționarea lor;
6.2 transversale:
CT1. Utilizarea noțiunilor specifice Dreptului proprietății intelectuale în cadrul altor discipline de drept;
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
- cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei Dreptul proprietății intelectuale
7.2 Obiective specifice:
- Să familiarizeze studenții cu terminologia și limbajul de specialitate, cu utilizarea corectă a acestora;
- Să prezinte și să explice noțiunile esențiale ale disciplinei Dreptul proprietății intelectuale;
- Să dezvolte competențe în rezolvarea unor cazuri practice;

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Noțiunea și principiile dreptului de proprietate intelectuală	prelegere participativă, conversație euristică	-	-	4
2	Dreptul de autor și drepturile conexe	demonstrație teoretică, expunere sistemică	-	-	4
3	Transmiterea drepturilor de autor	prelegere participativă, conversație euristică	-	-	4
4	Drepturile conexe dreptului de autor și drepturi sui-generis	demonstrație teoretică, expunere sistemică	-	-	4
5	Apărarea dreptului de autor și a drepturilor conexe	prelegere participativă, conversație euristică	-	-	4
6	Mărcile	demonstrație teoretică, expunere sistemică	-	-	4
7	Brevetele de invenții	prelegere participativă, conversație euristică	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Roba Roxana Maria- Dreptul proprietății intelectuale, note de curs. Târgu -Mureș : Universitatea "Petru Maior" Târgu -Mureș, 2018

Bibliografie recomandată:

Viorel Roș, Alin Speriuși – Vlad, Răzvan Dincă - Proprietate intelectuală, Ed. CH Beck, 2018

Teodor Bodoașcă, Studii de dreptul proprietății intelectuale, Ed. Universul Juridic, București, 2018

Viorel Roș, Dreptul proprietății intelectuale. Vol I. Dreptul de autor, drepturile conexe și drepturile sui-generis, Ed. CH Beck, București, 2016.

Teodor Bodoașcă, Lucian Ioan Tarnu – Dreptul proprietății intelectuale. Editia a 3-a revizuita si adaugita, Ed. Universul Juridic, București, 2015

Alin Speriuși-Vlad - Drepturile patrimoniale in proprietatea intelectuală, Ed. Universul Juridic București, București, 2014

Ioan Macovei, Tratat de drept al proprietății intelectuale, Editura C.H.Beck, București, 2010.

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

standardul de protecție a proprietății intelectuale este extrem de important și urmărit de toate entitățile din domeniul comunicării, de orice natură, în special, comunicarea publică

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoașterea noțiunilor și conceptelor fundamentale cu care operează disciplina Dreptul proprietății intelectuale.	Participare la discuții, dezbateri.	5
- în timpul activității practice	Înșușirea și înțelegerea problematicei tratate la curs și seminar. Cunoașterea aspectelor practice specifice dreptului civil.	Teste de evaluare și spețe pe parcursul semestrului.	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Înșușirea și înțelegerea problematicei tratate la curs și seminar.	Examen scris.	50
- examen practic final	Cunoașterea aspectelor practice specifice disciplinei Dreptul proprietății intelectuale.	Examen scris.	20

Standard minim de performanță:

- cunoașterea definițiilor, clasificărilor și caracteristicilor esențiale ale instituțiilor de drept civil prezentate la curs; - rezolvarea unor aplicații practice utilizând noțiunile specifice;

11. Orar consultații studenți

Lect dr Kajcsa Andrea

Marti, 16-18

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Semiotica noilor media			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. univ. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 4		
- examinări: 6		
- alte activități: 3		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: cunoștințe teoretice și practice privind metode de analiză semiotică de la cursul de Semiotică din anul al II-lea aferente cursului Semiotica
4.2 de competențe: analiză semiotică utilizând minim 2 metode semiotice creație de text multimodal/ producție și editare multimedia

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet/ un laborator multimedia
5.2 a activităților practice: acces la internet și la un laborator multimedia cu PC-uri echipate cu programe de producție și editare de texte în limbaje specializate; Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul calculatorului & al mijloacelor audio-video

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice /prin comunicare în medii digitale C 4.4. Validarea programelor și a produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere
--

C 5.4 Evaluarea critică a metodelor și a modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare

6.2 transversale:

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în pereche, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmelor și a metodelor de analize semiotice complexe la sistemul medigital, dia dând dovadă de o foarte bună stăpânire a resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicarea pe diferite platforme digitale

7.2 Obiective specifice:

O.1. Tratarea urgenței comunicării și a mass-media din perspectiva unor parametri interdisciplinari și transdisciplinari

O2. Adecvarea strategiilor, a valorilor și a atitudinilor civice, interpersonale, interculturale și sociale în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare cu ajutorul platformelor digitale

O3. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru identificarea unor disfuncționalități în comunicarea media, precum și soluții de rezolvare a acestora

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. „Știința vieții semnelor în interiorul vieții sociale” – semiotica aplicată la noile media. Semioză și interpretare plurală. Pluralismul și valorile societății postmoderne față în față cu libertatea de expresie și responsabilitatea individuală	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
2	Semiotica și noile media. Principii ale comunicării în media digitale. Norme și principii ale CNA/ Consiliul Național al Audiovizualului - față în față cu libertatea de expresie și responsabilitatea individuală	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire,/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
3	Jurnalism narativ în noile media digitale. Principii și metode de acțiune. Studiu de caz privind psihologia consumatorului/ consumatorilor prin raportare la piramida lui Maslow privind nevoile omului	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
4	Metoda Narativ/ Camera video și Ce vede/ aude/ simte/ se mișcă? METODA VASK	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, / analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
5	Tipuri de simboluri folosite în construcția discursului public din media digitale centrat pe produs vs centrat pe consumator vs simbioza dintre cele două variante	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
6	Arhitectonica discursului publicitar. Moduri de punere în pagină. Analiza unor exemple relevante privind relația dintre produs vs consumator. Raporturi între componentele	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol,	-	-	4

	discursului public din media digitale/ noile media	Învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories			
7	Tipuri de actori și rolul lor în construcția discursului public în noile media digitale. Promovarea produsului și/ sau a (falsei) imagini de sine a consumatorului în discursul public din noile media digitale	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	4
8	Discursul public în noile media digitale. Expresie și logo/ slogan. Analiza unor exemple relevante privind relația dintre produs vs consumator. Raporturi între componenta obiectivă a discursului (caracteristici ideale ale produsului/ serviciului) vs componenta subiectivă a discursului public (imaginea (falsă) de sine a emițătorului și/ sau a receptorului)	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	4
9	Expresie lingvistică/ verbală și paraverbală, imagine și tehnici creative în construcția discursului public în noile media digitale. Expresivitatea imaginii și conținuturile. Dimensiunea socială a discursului public din noile media digitale	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
10	Discursul public din noile media digitale. Moduri de expresie. Mesajul lingvistic vs mesajul vizual vs mesajul simbolic centrat pe produs vs centrat pe (falsa) imagine de sine a consumatorului	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
11	Totul este poveste? Toși suntem povestitori? Avem nevoie de o poveste ca de aer? Storyboarding/ poveste și conținut publicitar. Tiparul textual descriptiv, tiparul textual narativ și tiparul textual dialogal în construcția discursului publicitar	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spatiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7
2. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3

3. Legislație în domeniul audiovizualului/ CNA

<https://www.cna.ro/-Legisla-ie-.html>

4. Manualul pentru dezbateri, Asociația ARDOR, 2016

<http://ardor.org.ro/wp-content/uploads/2016/05/Dezbateri-Oratorie-si-Retorica-online.pdf>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

5. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2
- 6.***, Manual de dezbateri academice. Comunicare. Retorică. Oratorie, (Traducere, adaptare și prefață de Viorel Murariu), Polirom, 2002;

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tipologia semnelor. Funcția semn (indici, semnale, simboluri). Identificare și clasificare în diverse tipuri de produse din noile media digitale (printuri, clipuri, video, stories)	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză	-	-	2

		semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories			
2	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publice din noile media digitale (1.printuri- afișe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta 1	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	4
3	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publice din noile media digitale (1.printuri- afișe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a II-a îmbunătățită în urma feedbackului primit după susținerea primei variante	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
4	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publice din noile media digitale (1.printuri- afișe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a III-a îmbunătățită în urma feedbackului primit după susținerea celei de a doua variante	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
5	Creația în discursul public din noile media digitale. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs public pentru noile media digitale/ publicat pe youtube/ video/ film/ story de 90 de secunde, creat în pereche: 1. storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 2.folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat? 3. shotlistul- expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 4.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de discurs public din noile media digitale (facebook, instagram, youtube): metoda narativ/ VASK, piramida lui Freitag, creația de scenarii după modele date/ tell a story in three pictures/ five pictures,	-	-	2
6	Creația în discursul public din noile media digitale. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs public pentru noile media digitale/ publicat pe youtube/ video/ film/ story de 90 de secunde, creat în pereche: 1. storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 2.folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat?	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de discurs public din noile media digitale (facebook, instagram, youtube): metoda narativ/ VASK, piramida lui Freitag, creația de scenarii după modele date/ tell a story in three pictures/ five pictures,	-	-	4
7	Creația în discursul public din noile media digitale. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs public pentru noile media digitale/ publicat pe youtube/ video/ film/ story de 90 de secunde, creat în pereche: 3. shotlistul - expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 4.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de discurs public din noile media digitale (facebook, instagram, youtube): metoda narativ/ VASK, piramida lui Freitag, creația de scenarii după	-	-	2

		modele date/ tell a story in three pictures/ five pictures			
8	Creația în discursul public din noile media digitale. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs public pentru noile media digitale/ publicat pe youtube/ video/ film/ story de 90 de secunde, creat în pereche. Prezentarea de stories/ video/ filme de 90 de secunde, create în pereche	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de discurs public din noile media digitale (facebook, instagram, youtube): Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de discurs public din noile media digitale (facebook, instagram, youtube): metoda narativ/ VASK, piramida lui Freitag, creația de scenarii după modele date/ tell a story in three pictures/ five pictures,	-	-	2
9	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta întâi. Storyboarding/ momentele subiectului după piramida lui Freitag	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de discurs public din noile media digitale (facebook, instagram, youtube) metoda narativ/ VASK, piramida lui Freitag, creația de scenarii după modele date/ tell a story in three pictures/ five pictures,	-	-	2
10	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a doua, îmbunătățită după feedbackul primit la varianta I și completată cu scenariul/ metoda VASK	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
11	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a doua, îmbunătățită după feedbackul primit la varianta anterioară. Shotlistul/ lista de filmare	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
12	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a III-a, îmbunătățită după feedbackul primit în urma prezentării variantei a II-a. Prezentarea filmului	Studiul individual, exercițiul creativ după model/ fără model, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire, analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7
2. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3

3. Legislație în domeniul audiovizualului/ CNA

<https://www.cna.ro/-Legisla-ie-.html>

4. Manualul pentru debateri, Asociația ARDOR, 2016

<http://ardor.org.ro/wp-content/uploads/2016/05/Dezbatare-Oratorie-si-Retorica-online.pdf>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

5. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2

6. Dezbateră de tip Karl Popper, vezi mai jos

http://www.seminarulagapia.ro/Documente/bibliografie_cl11_dezbateri.pdf

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

Coroborarea cursului cu aspecte de semiotică aplicate în procesul de comunicare pe platforme digitale pentru rezolvarea/ simularea rezolvării unor probleme importante ale comunității locale semnalate în presa locală și/ sau națională, respectiv grilele unui program TV (diferit pentru fiecare pereche) și/ sau o cercetare de teren în echipe de 3 studenți (Primăria Târgu-Mureș, Consiliul Județean și/ sau alte primării din comunitățile cărora le aparțin studenții)

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	învățarea/ participarea conștientă și activă la cursuri/ interpretarea/ implicarea în dezbateri și discuții, bonusuri obținute pentru analiza semiotică individuală/ în plus a unor materiale/ discursuri publice de promovare de produse și servicii (booktrailer, materiale electorale, clipuri, video, filme, storytelling) bonusuri de 2-5 puncte care se vor adăuga notei finale, nu mai mult de 20 de puncte	problem based learning/ case based learning/ profesor pentru 5 minute, eseu de 5 minute bonusuri de 2 -5 puncte obținute prin prezentarea la cursul următor a temei pentru bonus dată la cursul anterior maxim 20 de puncte din 100 de puncte totale	0
- în timpul activității practice	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publice din noile media digitale (1.printuri- afișe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. evaluarea de proces: varianta a doua va fi cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi II. Exercițiul creativ, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 2. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 3. prezentarea raporturilor dintre titlu și componentele clipului/ videoului 4.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 5. prezentarea a minim 2 variante defilm/ video/ story până la examenul sumativ propriu, în pereche30 de puncte	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ film/ storytelling de maxim 120 de secunde 30 de puncte	60
Evaluare finală			
- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și/ sau din materialele analizate/ create la proiectele anterioare pentru a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	40

	redacțional scurt		
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Standard minim de performanță:

1. analiza semiotică a minim unui produs/ serviciu public care apare în noile media digitale punând în evidență minim un criteriu de evaluare, prezentat obligatoriu cu prezență la seminar
2. crearea a minim unei variante de clip/ reclamă/ video/ story/ film în noile media digitale (youtube/facebook) pe baza unei povești în 3 imagini corespunzătoare pentru 3 stări diferite (inițială/ transformatoare/ finală)
3. Obligatorietatea prezentării orale la seminar - conform unei grile de evaluare a competențelor prezentată anterior - a filmului/ videoului/ clipului de 90 de secunde cu necesitatea recuperării contra cost a seminarelor nesusținute, conform Regulamentului UMFST și al disciplinei

• Minim 25 de puncte acumulate pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.4.2, 10.5.1 și 10.5.2)

• Minim 25 de puncte acumulate la examenul final scris (10.4.1, 10.4.2 și 10.5.2)

Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37 p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte)

La acestea se adaugă bonusurile obținute la cursuri, maxim 20 de puncte

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	lunea, h. 13.00-14.00
----------------------------	-----------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Semiotică și storytelling			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 4		
- examinări: 6		
- alte activități: 3		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: analiză semiotică a unor produse/ servicii publice utilizând minim 2 metode semiotice creație de text audio-video/ multimodal exersat la cursul de Storytelling, anul al II-lea
4.2 de competențe: competențe de producție și editare de texte multimedia/ realizarea unui produs cu ajutorul calculatorului/

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet/ laborator multimedia
5.2 a activităților practice: calculatoare echipate cu programe performante și actualizate de editare și producție de texte multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată C 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în
--

comunicare și/ sau mediere
6.2 transversale: 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 CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Înțelegerea mecanismelor care stau la baza creării/ editării/ transmiterii și interpretării principalelor texte multimodale (non)ficționale/ stories folosind tipare textuale diverse, adaptate la comunicarea și media online emergente
7.2 Obiective specifice: • Înțelegerea principiilor de funcționare structurale și lingvistice ale tipurilor textuale principale ca povești care transformă comunicarea în afaceri • aplicarea conceptelor și a mecanismelor de funcționare specifice textelor narative online respectând regulile generale ale comunicării și interacțiunii sociale • Înțelegerea modului de funcționare a textelor ficționale și/ sau de jurnalism narativ în raport cu piața media contemporană • Înțelegerea fenomenelor media emergente în domeniul jurnalismului narativ online și a comunicării în afaceri • Utilizarea noțiunilor teoretice în studiul și analiza unor cazuri practice • Dobândirea abilității de redactare a textelor narative (non)ficționale în acord cu cerințele pieței tradiționale și media actuale

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Sisteme semotice, limbaje și forme de expresie.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
2	Storytellingul și mass media online/ Povești care transformă comunicarea în afaceri	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
3	Sisteme semiotice și limbaje/ efecte VASK (vizuale, auditive, senzoriale, kinestezice). Vocea, imaginea, textul. Descoperirea vocii interioare	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
4	Importanța motorului narativ în marketing. Puterea poveștilor digitale/ digitalizate.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
5	METODA NARATIV a lui Murray Nossel.POWERED BY STORYTELLING. VASK și sistemele semiotice diferite	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2

6	Procesul creativ. Copyrightul. Structuri textuale. Tipuri de structuri în storytelling: Spune ce s-a întâmplat	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
7	Storytelling în noile media digitale. Moduri de expresie. Mesajul lingvistic vs mesajul vizual vs mesajul simbolic centrat pe produs vs centrat pe (falsa) imagine de sine a consumatorului	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
8	Tipuri de semne (indici, semnale, simboluri) implicate în procesul de storytelling. De la imagini la storyboard. Găsește-ți finalul	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
9	Storytelling în 3 etape/ stări. Corelații cu piramida lui Freitag. Spune ce s-a întâmplat?	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
10	CUM SCRIM DESPRE OAMENI. DIALOGUL/ INTERVIUL CARACTERELE. MOMENTUL DE MAXIMĂ COTITURĂ	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
11	SCRIEREA și RESCRIEREA. Storyboarding/ POVESTEA vs SCENARIUL. Modele de antrenament	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
12	Sisteme semiotice și limbaje/ efecte VASK (vizuale, auditive, senzoriale, kinestezice). Vocea, imaginea, textul și programele speciale (photoshop). Descoperirea/ revenirea asupra vocii interioare (II) Explicația, demonstrația, exercițiul, problematizarea, aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
13	Totul este poveste? Toți suntem povestitori? Avem nevoie de o poveste ca de aer? Storyboarding/ poveste și conținut publicitar. Tiparul textual descriptiv, tiparul textual narativ și tiparul textual dialogal în construcția discursului public în media digitale	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2
14	Shotlistul/ lista de filmare și importanța acestuia/ acesteia în crearea/ producerea unui material multimodal/ folosind mai multe moduri de expresie diferite	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, eseul de 5 minute, profesor pentru 5 minute, joc de rol, învățarea prin descoperire/ analiză semiotică de discursuri din noile media/ printuri, clipuri, video/ stories	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Crow, Jonathan, The Art of Storytelling. Make Short Video, Curs de formare profesională, Stanford University Continuing Studies, ianuarie- martie 2020
2. Curran Bernard, Sheila, Documentary Storytelling. Creative Nonfiction on Screen, Third Edition, Focal Press New York and London, 2011
3. Nossel, Murray, Powered by Storytelling. Cum să extragi, să construiești și să prezinți povești care îți vor transforma comunicarea în afaceri, București, Editura Publica, 2018
4. <https://www.slideshare.net/Erfoed/storytelling-and-digital-media-55758726>
5. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3
6. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2

[II] Bibliografie facultativă/ opțională:

1. Anderson, Kate T., Chua, Puay Hoe, DIGITAL STORYTELLING AS AN INTERACTIV DIGITAL MEDIA CONTEXT, in EDUCATIONAL TECHNOLOGY, September-October issue, pp. 32-36
<https://idnarrative.pressbooks.com/chapter/digital-storytelling-as-an-interactive-digital-media-context/>
2. Benmayor, R. (2008). Digital storytelling as a signature pedagogy for the new humanities. Arts and Humanities in Higher Education, 7, pp. 188-204
3. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spatiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7
4. Nanu, Adina, Vezi? Comunicarea prin imagine, EDP, 2018
5. Gitner, S. (2016). Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Legislația în domeniul scrierii online. Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care conținuturile de texte (multimedia) sunt produse și distribuite la nivel local, național și global.	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
2	Crearea de filme video de 3 minute în echipe de câte 3 studenți. Elaborarea unor obiective de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Adaptarea instrumentelor tehnice, tactice și strategice la contexte diferite de creație/ storytelling.	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
3	Text(e) și public(uri) țintă/ segmente de public pentru storytelling. Crearea de public/ atragerea publicului și editarea de text(e). Tehnici de adaptare a textului la segmentele de public	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
4	Aplicarea conceptelor de bază pentru producția unei secțiuni /pagini tematice pentru storytelling/ o publicație sau a unei emisiuni conform normelor profesionale	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
5	Storytelling/ povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană/ transatlantică. Business storytelling (I)	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
6	Storytelling/ povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană/ transatlantică. Business storytelling (II)	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
7	Crearea/ Prezentarea de filme video de 3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (1)	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
8	Crearea/ Prezentarea de filme video de 3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (2). Narțiuni interactive. Photo Voice: fotojurnalism: dosar public, reportaj, ancheta	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	4
9	Crearea/ Prezentarea de filme video de 3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă.	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul	-	-	4

	Descrierea procesului creativ (4). Jurnalismul longform multimedia	aplicație de (auto)evaluare			
10	Crearea/ Prezentarea de filme video de 3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (3). Vlogeri. Podcasturi	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
11	Susținere de portofoliu final/ story în three/ five pictures. Storytelling (I)	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2
12	Susținere de portofoliu final/ story în three/ five pictures. Storytelling (II)	Modelarea/ jocul de rol/studiu de caz/ demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Nossel, Murray, Powered by Storytelling. Cum să extragi, să construiești și să prezinți povești care îți vor transforma comunicarea în afaceri, București, Editura Publica, 2018

<https://www.dor.ro/arhiva/podcast/#pe-bune>

<https://soundcloud.com/satulmadalinei>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională:

2. Burgess, J.E. (2006). Hearing ordinary voices: Cultural studies, vernacular creativity, and digital storytelling. Continuum: Journal of Media and Cultural Studies, 20, 201-214

3. Royer, R., & Richards, P. (2007). Increasing reading comprehension with digital storytelling. In C. Montgomerie & J. Seale (Eds.), Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia, and Telecommunications 2007 (pp. 2301-2306). Chesapeake, VA: AACE; <http://www.editlib.org/p/25691>.

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

Înțelegerea mecanismelor de producere, transmitere și interpretare a textelor multimodale și editarea de texte (non)ficționale narative pentru mediul online (reportaje, portrete etc.) a devenit, în ultimii ani, o abilitate tot mai căutată pe piața media. Cursul își propune să dezvolte abilitățile studenților de a crea materiale (jurnalistice) narative tradiționale și/ sau adaptate mediului online, în acord cu cerințele unor segmente de public specifice noilor media digitale pornind de la asentimentul general în societate că „totul este poveste/ story” Dobândirea gândirii critice, reflexive și autonome, așa încât să poată edita/ reedita în mai multe tipare/ forme/ perspective același conținut de text/ fenomen public/ social/ media cu miză atât pe intenție/ obiectivitate, cât și subiectivitate, emoție și transformare de idei/ atitudini/ comportamente (in)dezirabile

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Învățarea/ participarea conștientă și activă la cursuri/ interpretarea/ implicarea în dezbateri și discuții, bonusuri obținute pentru analiza semiotică individuală/ în plus a unor materiale, de genul clipuri/ stories premiate la diverse concursuri naționale și internaționale	problem based learning/ case based learning/ profesor pentru 5 minute, eseu de 5 minute bonusuri de 2 -5 puncte obținute prin prezentarea la cursul următor a temei pentru bonus dată la cursul anterior maxim 20 de puncte din 100 de puncte totale	0
- în timpul activității practice	I Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1.printuri- afișe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a doua, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă	PBL/ problem based learning, CBL/ Case based learning, analiza semiotică, demonstrația, problematizarea, învățarea prin descoperire, exercițiul creativ pe bază de model/ exercițiul creativ fără model, munca în pereche/ echipă	60

	a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ film/ storytelling de maxim 120 de secunde 30 de puncte II. Exercițiul creativ, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1. raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2. expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3. storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ propriu, în pereche: 1. raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2. expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3. storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ 30 de puncte		
Evaluare finală			
- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns redacțional scurt	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	40
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Standard minim de performanță: 1. analiza semiotică a minim unui clip/ story punând în evidență minim un criteriu de evaluare, prezentat obligatoriu cu prezență la seminar 2. crearea a minim unei variante de clip/ reclamă/ video/ story/ film pe baza unei povești în 3 imagini corespunzătoare a 3 stări diferite (inițială/ transformatoare/ finală) 3. Obligatorietatea prezentării orale la seminar, conform unei grile de evaluare a competențelor prezentată anterior a filmului/ videoului/ clipului de 90 de secunde cu necesitatea recuperării contra cost a seminarelor nesusținute, conform Regulamentului UMFST și al disciplinei • Minim 25 de puncte acumulate pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.4.2, 10.5.1 și 10.5.2) • Minim 25 de puncte acumulate la examenul final scris (10.4.1, 10.4.2 și 10.5.2) Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37 p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte) La acestea se adaugă bonusurile obținute la cursuri, maxim 20 de puncte			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	Joia, h. 13.00-14.00
----------------------------	----------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Semiotică publicitară			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. univ. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 4		
- examinări: 6		
- alte activități: 3		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: cunoștințe teoretice și practice minime dobândite la disciplina obligatorie Semiotica din anul II
4.2 de competențe: analiza semiotică a unui produs media evidențiind 3 metode semiotice diferite

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet
5.2 a activităților practice: acces la internet acces la laborator multimedia cu PC și programe de editare și photoshop

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); C 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de comunicare și media emergente C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare. C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
--

C 4. Realizarea și promovarea unui produs de comunicare și media emergente
C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de comunicare și media emergente din perspectiva planificării lui strategice.
C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare
C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere.
6.2 transversale:
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.
Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.
CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmatelor și a metodelor semiotice la analiza sistemului de publicitate și mass-media dând dovadă de o foarte bună stăpânire a resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare
7.2 Obiective specifice:
O.1. Tratarea urgenței comunicării și a mass-media din perspectiva unor parametri interdisciplinari și transdisciplinari
O2. Adecvarea strategiilor, a valorilor și a atitudinilor civice, interpersonale, interculturale și sociale în gestionarea comunicării publicitare cu ajutorul platformelor digitale
O3. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru identificarea unor disfuncționalități în comunicare și media, precum și soluții de rezolvare a acestora

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Semiotică și publicitate. Principii ale semioticii publicitare. Produs vs public/publicuri țintă	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
2	Modelul triadic al semnului. Tipuri de semne: indici, semnale și simboluri folosite în publicitate pentru crearea imaginii produsului vs a consumatorului	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
3	Fotojurnalism și videojurnalism. Principii și metode de acțiune. Metoda VASK. Studiu de caz privind psihologia consumatorului/ consumatorilor prin raportare la piramida lui Maslow privind nevoile omului	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, studiul de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
4	Arhitectonica discursului publicitar. Relația dintre titlul și componentele discursului, produs vs Expresivitatea publicitară. Imaginea și logotipul	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
5	Arhitectonica discursului publicitar. Moduri de punere în pagină. Analiza unor exemple relevante privind relația dintre produs vs consumator. Raporturi între componentele enunțului publicitar	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2

6	Arhitectura discursului publicitar. Moduri de expresie. Mesajul lingvistic vs mesajul vizual vs mesajul simbolic centrat pe produs vs centrat pe (falsa) imagine de sine a consumatorului	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
7	Tipuri de simboluri folosite în construcția discursului publicitar centrat pe produs vs centrat pe consumator vs simbioza dintre cele două variante anterioare	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
8	Tipuri de actori și rolul lor în construcția discursului publicitar. Promovarea produsului și/ sau a (falsei) imagini de sine a consumatorului	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
9	Storyboarding/ poveste și conținut publicitar. Tiparul textual descriptiv, tiparul textual narativ și tiparul textual dialogal în construcția discursului publicitar	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri/ video	-	-	4
10	Expresie lingvistică/ verbală și paraverbală, imagine și tehnici creative în construcția discursului publicitar. Expresivitatea publicitară și conținuturile publicitare. Dimensiunea socială a publicității	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	4
11	Metoda VASK și implicarea analizatorilor Vizual Auditiv Senzorial-olfactiv/ tactil/gustativ Kinestezic în producerea și receptarea discursului publicitar.	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2
12	Creație în publicitate. Storytelling publicitar sau cum să transformi comunicarea (digitală) în afacere	Predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video	-	-	2

Bibliografie

[I] obligatorie:

1. Borțun, Dumitru, Borșa, Teodor, Semiotica vizualului. Foto-video și procesarea computerizată a imaginii, în Semiotică și publicitate, Editura UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE, FACULTATEA DE ARTE PLASTICE, București, 2008
2. Dâncu, Vasile Sebastian, Comunicarea simbolică, Arhitectura discursului publicitar, Editura EIKON, Cluj-Napoca, 2009
3. Popescu, Costin, Creație în publicitate. Publicitatea, sistem cultural simbolic, Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2018

<https://ro.scribd.com/document/53287893/Creatie-in-Publicitate-Publicitatea-Sistem-Cultural-Simbolic>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională:

BONTILĂ, RUXANDA, Poetica reclamei, în ELEMENTE DE POETICĂ GENERALĂ.CĂTRE O POETICĂ A (RE)SCRIERII, suport curs, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2008

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Semiotică și publicitate. Arhitectura discursului publicitar. Tipuri de semne: indici, semnale și simboluri. Tipuri de simboluri folosite pentru imaginea produsului vs imaginea (falsă) de sine a consumatorului	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	4
2	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1. printuri-afișe/ fotografii; 2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta 1	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ film/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
3	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1. printuri-afișe/ fotografii; 2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a doua, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
4	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1. printuri-afișe/ fotografii; 2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a doua, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
5	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1. printuri-afișe/ fotografii; 2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a treia, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei a doua	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
6	Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1. printuri-afișe/ fotografii; 2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a treia, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei a doua	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de	-	-	2

		secunde			
7	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	2
8	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta întâi. Storyboarding/ momentele subiectului după piramida lui Freitag	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	2
9	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a doua, îmbunătățită după feedbackul primit la varianta I. Scenariul și shot listul	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analiza semiotică, creația de clip/ video publicitar de 90 secunde după criteriile de evaluare stabilite: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	2
10	Creația în publicitate și semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a III-a, îmbunătățită după feedbackul primit în urma prezentării variantei a II-a. Prezentarea filmului	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analiza semiotică, creația de clip/ video publicitar de 90 secunde după criteriile de evaluare stabilite: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului	-	-	4

		2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ			
11	Analiza semiotică a videoclipului/ clipului/ storyului creat pentru un produs/ serviciu publicitar indicând o valoare pe o scală de la 1 la 5 privind nivelul de acțiune asupra sistemului de valori și atitudini a 2 tipuri de public diferite/ grupuri țintă de pblic diferite (intelectuali vs muncitori/ elevi vs studenți)	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analiza semiotică, creația de clip/ video publicitar de 90 secunde după criteriile de evaluare stabilite: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoclipului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	4

Bibliografie

[I] obligatorie:

1. Borțun, Dumitru, Borșa, Teodor, Semiotica vizualului. Foto-video și procesarea computerizată a imaginii, în Semiotică și publicitate, Editura UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE, FACULTATEA DE ARTE PLASTICE, București, 2008
2. Dâncu, Vasile Sebastian, Comunicarea simbolică, Arhitectura discursului publicitar, Editura EIKON, Cluj-Napoca, 2009
3. Popescu, Costin, Creație în publicitate. Publicitatea, sistem cultural simbolic, Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2018

<https://ro.scribd.com/document/53287893/Creatie-in-Publicitate-Publicitatea-Sistem-Cultural-Simbolic>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională:

BONTILĂ, RUXANDA, Poetica reclamei, în ELEMENTE DE POETICĂ GENERALĂ.CĂTRE O POETICĂ A (RE)SCRIERII, suport curs, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2008

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

Coroborarea cursului cu Semiotica și aspecte ale comunicării vizuale/ nonverbale pentru rezolvarea/ simularea rezolvării unor probleme comunitare/ de comunicare comunitară prin metode de semiotică publicitară

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Învățarea/ participarea conștientă și activă la cursuri/ interpretarea/ implicarea în dezbateri și discuții, bonusuri obținute pentru analiza semiotică individuală/ în plus a unor materiale, de genul clipuri premiate la diverse concursuri internaționale precum CANNES, Lions	problem based learning/ case based learning/ profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute bonusuri de 2 -5 puncte obținute prin prezentarea la cursul următor a temei pentru bonus dată la cursul anterior maxim 20 de puncte din 100 de puncte	0

		totale	
- în timpul activității practice	I Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1.printuri- afișe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a doua, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ film/ storytelling de maxim 120 de secunde 30 de puncte II. Exercițiul creativ, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ 30 de puncte	PBL/ problem based learning, CBL/ Case based learning, analiza semiotică, demonstrația, problematizarea, învățarea prin descoperire, exercițiul creativ pe bază de model/ exercițiul creativ fără model, munca în pereche/ echipă	60

Evaluare finală

- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns redacțional scurt	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	40
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

1. analiza semiotică a minim unui produs/ serviciu punând în evidență minim un criteriu de evaluare, prezentat obligatoriu cu prezență la seminar
2. crearea a minim unei variante de clip/ reclamă/ video/ story/ film publicitar pe baza unui story/ a unei povești în 3 imagini corespunzătoare a 3 stări diferite (inițială/ transformatoare/ finală)
3. Obligatorietatea prezentării orale la seminar, conform unei grile de evaluare a competențelor prezentată anterior a filmului/ videoului/ clipului de 90 de secunde cu necesitatea recuperării contra cost a seminarelor nesusținute, conform Regulamentului UMFST și al disciplinei

• Minim 25 de puncte acumulate pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.4.2, 10.5.1 și 10.5.2)
• Minim 25 de puncte acumulate la examenul final scris (10.4.1, 10.4.2 și 10.5.2)
Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37 p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte)
La acestea se adaugă bonusurile obținute la cursuri, maxim 20 de puncte

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	marțea, h. 13.00-14.00
----------------------------	------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Relații publice în media digitale			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Cistelean Alexandru			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 0		
- examinări: 3		
- alte activități: 6		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala cu proiector
5.2 a activităților practice:
Sala cu proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării
C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
C 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
C 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare

documentare.

C 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ pe o temă din domeniul

C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice

C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.

C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare

6.2 transversale:

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Aprofundarea conceptelor de bază ale domeniului, astfel încât capacitatea de a hotărî utilizarea unui procedeu practic de relații publice să fie marcată de promptitudine, eficiență și corectitudine.

7.2 Obiective specifice:

Întelegerea configurațiilor specifice ale relațiilor publice digitale în desfășurarea lor în diferitele sectoare de activitate socială.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în relațiile publice	Prelegere, discuții	-	-	2
2	Istoria predigitală a relațiilor publice	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	4
3	Apariția internetului și digitalizării	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
4	Fenomenul Big Data	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
5	Securitatea cibernetică ca problemă politică	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
6	Privacy în era digitalizării	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
7	Rețelele de socializare și relațiile publice	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	4
8	Trollingul pe rețelele de socializare	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
9	Polarizarea în lumea digitală	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
10	Bazele de date ca resursă a relațiilor publice	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
11	Fake News și Relații publice digitale	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2
12	Dezinformarea în lumea digitală	Prelegere, discuții, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

1. Clea Bourne, Public Relations and the Digital, Palgrave Macmillan, 2022

2. Gareth Thompson, Post-Truth Public Relations. Communication in an Era of Digital Disinformation, Routledge, 2020

3. Sian Rees, Public Relations, Branding & Authenticity. Brand Communications in the Digital Age, Routledge, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Forme de digital media (I)	Discuții, studii de caz	-	-	2
2	Forme de digital media (II)	Discuții, studii de caz	-	-	2
3	Forme de digital media (III)	Discuții, studii de caz	-	-	2
4	Provocări și oportunități ale digitalizării	Discuții, studii de caz	-	-	4
5	Scandaluri celebre în lumea relațiilor publice digitale	Discuții, studii de caz	-	-	4
6	Digital Humanities	Discuții, prelegeri	-	-	4
7	Inteligența artificială - provocări și dileme	Discuții, studii de caz	-	-	4
8	Forme de mobilizare civică în social media	Discuții, studii de caz	-	-	4
9	Discuții recapitulative	Problematizări, discuții	-	-	2

Bibliografie

Janis Terugi Page, Introduction to Digital Public Relations, Sage, 2018

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

Însușirea noțiunilor discutate la curs și seminar, precum și înțelegerea mecanismelor specifice de derulare

relatiilor publice in diferitele sectoare de activitate sociala raspunde asteptarilor si nevoilor angajatorilor dindomeniu, precum si ale reprezentantilor comunitatilor care vor fi deservite de aceste programe de relatii publice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Participare la discutii	Discutii, prezentari	20
- în timpul activității practice	Referat, prezentari, discutii	Referat, discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea conceptelor de baza	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Insusirea minimala a conceptelor de baza			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Joi 19-20
------------------------------	-----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Social media și Big data			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 8		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sala cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

6.2 transversale:

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.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Cursul de "Social Media și Big Data" își propune să contribuie la conștientizarea cantității de date pe care fiecare utilizator le generează zilnic, prin intermediul rețelelor de socializare, însă, în special, a modului în care aceste date sunt prelucrate și folosite, de cele mai multe ori fără consimțământul nostru.

7.2 Obiective specifice:

Întreg cursul se concentrează pe câteva subiecte-cheie, precum: aspectele filosofice ale conceptului de big data, etica utilizării datelor sau explicarea unor noțiuni aparent noi, precum infodemie.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Aspecte teoretice ale conceptului de Big Data	Prelegere	1 activitate	-	2
2	Dimensiunile Big Data: cei 5 V	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Tehnologii și aplicații în Big Data	Prelegere	1 activitate	-	2
4	Etica în Big Data	Prelegere	2 activități	-	4
5	Impactul Big Data asupra rețelelor de socializare	Prelegere	1 activitate	-	2
6	Conceptul de infodemie	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Mayer-Schonberger, Victor, Cukier, Kenneth, Big data: o revoluție care va transforma felul în care trăim, muncim și gândim, Editura ACT și POLITON, București, 2020

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Identificarea celor 5 V în analiza Big Data.	Analiză	1 activitate	-	2
2	Big Data și Internet of Things	Studiu de caz	1 activitate	-	2
3	Etica în Big Data	Studiu de caz	2 activități	-	4
4	Big Data și Big Four	Studiu de caz	1 activitate	-	2
5	Beneficiile valorificării Big Data în social media	Studiu de caz	1 activitate	-	2
6	Big Data în cazul Cambridge Analytica	Studiu de caz	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Mayer-Schonberger, Victor, Cukier, Kenneth, Big data: o revoluție care va transforma felul în care trăim, muncim și gândim, Editura ACT și POLITON, București, 2020

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota
----------------	----------------------	--------------------	------------------

			finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice	Dezbateri, discuții, având ca suport cursul predat, dar și bibliografia recomandată.	20
- în timpul activității practice	Analiza profilului utilizatorului, pe baza informațiilor generate de Big Data.	Proiect	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	Examen	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Miercuri, ora 16
----------------------------------	------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Optimizare și marketing în motoare de căutare (SEO, SEM)			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 5		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 5		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sala cu calculatoare și videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

6.2 transversale:

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.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

-

7.2 Obiective specifice:

-

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Elaborarea Strategiei de Marketing Online si Alocarea Bugetului	Prelegere	1 activitate	-	2
2	Stabilirea obiectivelor si a indicatorilor de cheie de performanta (KPI)	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Introducere Google Analytics, Google Ads, Display Network, Youtube Ads	Prelegere	2 activități	-	4
4	Introducere Facebook Ads, Instagram Ads, Audience Network Ads	Prelegere	2 activități	-	4
5	Introducere SEO on-site, Link Building	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Birtha, Attila, Șuhanea, Daniela, „Cu ce se mănâncă de fapt marketing-ul”, Editura Hyperliteratura, București, 2021

Enge, Eric, Spencer, Stephan, Stricchiola, Jessie, „The art of SEO. Mastering Search Engine Optimisation”, Editura O'Reilly Media, 2015

Kingsnorth, Simon, „Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing”, Editura Kogan Page Ltd, 2016

Milovan, Anca-Maria, Dobre, Costinel, „Marketing online și social media”, Editura C.H. Beck, București, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în Social Media: Facebook și Instagram	Studiu de caz	1 activitate	-	2
2	E-commerce. Reguli de bază și direcții de lucru.	Studiu de caz	1 activitate	-	2
3	Customer Experience	Studiu de caz	1 activitate	-	2
4	Affiliate Marketing	Studiu de caz	1 activitate	-	2
5	Content Marketing	Studiu de caz	1 activitate	-	2
6	Email Marketing	Studiu de caz	1 activitate	-	2
7	Community Marketing	Studiu de caz	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Birtha, Attila, Șuhanea, Daniela, „Cu ce se mănâncă de fapt marketing-ul”, Editura Hyperliteratura, București, 2021

Enge, Eric, Spencer, Stephan, Stricchiola, Jessie, „The art of SEO. Mastering Search Engine Optimisation”, Editura O'Reilly Media, 2015

Kingsnorth, Simon, „Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing”, Editura Kogan Page Ltd, 2016
 Milovan, Anca-Maria, Dobre, Costinel, „Marketing online și social media”, Editura C.H. Beck, București, 2019

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Competențe teoretice	Discuții și dezbateri	20
- în timpul activității practice	Realizarea unui strategii de marketing online integrate	Proiect	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Competențe teoretice	Examen	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Miercuri, ora 16
----------------------------------	------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Digital writing			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 0		
- examinări: 5		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: -elemente de retorică, de analiză semiotică și semiotică publicitară
4.2 de competențe: - producție și editare multimedia

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet și laborator multimedia
5.2 a activităților practice: acces la laborator multimedia, computere performante echipate cu programe de editare și producere de texte multimedia/ multimodale

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP
--

6.2 transversale:
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Recunoașterea și aplicarea mecanismelor care stau la baza editării digitale a principalelor tipare textuale, respectiv dobândirea abilității de a scrie texte (non)ficționale creative, adaptate la piața și media online contemporană
7.2 Obiective specifice:
• Recunoașterea efectelor tehnologiei în domeniul media emergente și al scrierii online/ digitalizate/ texte multimodale • transferarea conceptelor și a mecanismelor de funcționare specifice retoricii și semioticii tradiționale respectând regulile generale ale comunicării și interacțiunii sociale digitalizate • Compararea modului de funcționare a textelor/ tiparelor de scriere tradiționale în raport cu tiparele scrierii media contemporană online/ digitală • Utilizarea intuitivă a noțiunilor teoretice de retorică/ semiotică/ teoria argumentării în studiul și analiza unor cazuri practice de scriere digitală (site-uri, podcasturi, bloguri, video și alte texte multimodale) • Dobândirea abilității de redactare a textelor digitale în acord cu cerințele pieței digitalizate actuale • Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care conținuturile de texte (multimedia) sunt produse și distribuite la nivel local, național și global • Adaptarea instrumentelor tehnice, tactice și strategice la contexte diferite de creație, de la cele tradiționale la media digitale • Aplicarea conceptelor de bază pentru producția unei secțiuni /pagini tematice pentru o publicație digitală sau a unei emisiuni online conform normelor profesionale • Elaborarea unui obiectiv de editare digitală/ a unui blog de exemplu, consecvent cu profilul publicului-țintă prin analiza și producerea scrierii digitale

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tipuri și tipare textuale tradiționale vs. online/ digitale. Texte continue, discontinue și multimodale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Italo Calvino și Binomul existențial/ creativ: „Dacă într-o noapte de iarnă un călător....” atunci.... stimulare a creativității participanților care se bazează pe ...	-	1
2	Tiparul narativ și tiparul descriptiv. Tiparul argumentativ. Exemple. Tiparul digitalizat	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Suntem întotdeauna cel puțin doi, un binom existențial, principiu etern al mișcării și al vieții. ... Romanul lui Italo Calvino „Dacă într-o noapte de iarnă un călător” ...	-	1
3	Tipare de scriere tradiționale vs tipare de scriere digitale. Exemple din diverse tipuri de media tradiționale și / sau digitale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Triada autor- subiect/ operă –cititor Reacția cititorului/ Șase plimbări prin pădurea narativă, de Umberto Eco	-	1
4	Textul multimodal digitalizat. Sisteme semiotice și limbaje/ efecte VASK (vizuale, auditive, senzoriale, kinestezice). Exemple de licențe de scriere/ utilizare liberă/ free fees a creațiilor digitale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Literația multimodală media (I)/ Licențe gratuite/ Creative Commons/ legislația în domeniul digital/ scrierii digitale	-	1
5	Teoria genurilor. Genuri și convenții. Convenții de gen. Principalele genuri ficționale și nonficționale. Exemple în era digitală	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	utilizarea platformelor digitale https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html	-	1

6	Tipuri textuale emergente. Textul ca produs în mediul online. Digitalizarea scrierii creative. Exemple de bloguri	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	1
7	Scrierea digitală și procesul creativ. Copyright. Structuri textuale. Tipuri de structură în textele descriptive, narative și argumentative	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html Licențe/ copyright / povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană transatlantică (I).	-	1
8	Procesul creativ. Creare de audiență online/ platforme digitale. Descoperirea vocii interioare. Licențe și programe de scriere digitală	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	1
9	Scrierea digitală pe platforme social media: Facebook, Twitter, Instagram	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html Licențe/ copyright / povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană transatlantică (II).	-	1
10	Jurnalismul narativ. Evoluția jurnalismului narativ. Realitate și ficțiune. Genurile jurnalismului narativ pe piața digitalizată	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	1
11	Forme narative: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestirea (în ramă)/ storytelling	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Blogging/ bloguri/ top 10 bloguri românești/ europene/ transatlantice	-	1
12	Structuri narative în texte ficționale și nonficționale. Documentarea pentru filmul și/sau seriile/ scenariile online/ digitale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	1
13	Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile. Blogul. Jurnal de autor online. Legislația în domeniul scrierii / publicării online	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html Licențe/ copyright / Blogging. Tipuri de bloguri. Subiecte	-	1
14	Jurnalismul longform multimedia, narațiuni interactive. Exemple. Adaptare creativă /digitalizată	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	1

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Johnson, Louise, Blogging and creative writing for online audience, Cambridge University Continuing Studies, online course, 6 January 2020- 4 March 2020/ Curs de formare profesională
2. Sălcudean, Ileana Nicoleta, Stănescu, Emma Teodora, Manual de scriere creativă, Cluj-Napoca, Editura Presa Universitară Clujeană, 2015
3. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

4. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN:

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Legislația în domeniul scrierii / publicării online. Tipuri și tipare textuale. Creativitatea și gândirea creativă. Intenționalitatea comunicării. Scrierea creativă digitalizată. Bloggingul	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu/ editare texte, modelarea	-	-	1
2	Editarea de text(e) și public(uri) țintă/ segmente de public pentru blogging. Crearea de public și editarea de text(e). Efectul consumerismului asupra artei. Exemple	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
3	Scrierea digitală pe platformele de social media: Facebook, Twitter, Instagram. asemănări vs. deosebiri (I). Analiză de texte digitale. Interpretarea datelor în tabele/ grafice/ alte forme vizuale de simplificare și înțelegere a realității textelor digitale etc.(I)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
4	Descoperirea vocii interioare. Dialogul interior. Procesul creativ. Copyright. Structuri textuale. Tipuri de structură în textele descriptive, narrative și argumentative. Analiză de texte digitale. Interpretarea în tabele/ grafice/ alte forme vizuale de simplificare și înțelegere a realității textelor digitale etc. (II)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
5	Modalități de organizare/ structurare a ideilor: hărți mentale, metode grafice, acțiuni. Vocea, imaginea, textul. Transtextualitatea/ intertextualitatea. Structuri narrative în ficțiunea digitalizată: comparație între bloguri vs. platformele social media. Analiza și interpretarea datelor în tabele/ grafice/ alte forme vizuale de simplificare și înțelegere a realității textelor digitale etc. (III)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
6	(In)Succesul în scrierea digitală. Feedbackul și valoarea lui (like-urile). Forme narrative digitale: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestirea (în ramă). Scrierea unei prime variante digitale de storytelling(I)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
7	(In)Succesul în scrierea digitală. Feedbackul și valoarea lui (like-urile). Forme narrative digitale: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestirea (în ramă)/ scrierea unei a doua variante de storytelling, după feedbackul primit (II)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
8	Structuri narrative în texte ficționale și nonficționale. Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile, blogul. Transferul acestora și al storytellingului în producerea și livrarea textului multimodal/ multisemiotic complex: filmul și serialele/ scenariile.	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1

9	Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile. Producerea și livrarea textului multimodal/ personalizarea scrierii digitale. Compararea variantelor anterioare feedbackului publicului țintă cu variantele scrise/ publicate după primirea feedbackului publicului țintă	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
10	Bloggingul și scrierea online. Crearea și gestionarea unui blog de autor/ de grup	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
11	Povestirea (în ramă)/ storytelling. Crearea unei povești din 9 imagini/ 3 imagini. Transpunerea ei în semne cuvinte/ simboluri/ concepte (I). Forme narative digitale: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul.	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
12	Povestirea (în ramă)/ storytelling. Crearea unei povești din 9 imagini/ 3 imagini. Transpunerea ei în semne cuvinte/ simboluri/ concepte (II). Încărcarea unui story pe blogul personal și/ sau de grup. Analiza și interpretarea feedbackului primit	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
13	Crearea unui film digital de 3-5 episoade/ muncă în echipe de 3-5 studenți. Structuri narative în texte ficționale și nonficționale. Filmul și seriile/ scenariile	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1
14	Portofoliul de digital Writing. Prezentarea/ lectura/interpretarea/ analiza de feedback primit de la publicul online pentru 3 piese diferite de portofoliu	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu, modelarea	-	-	1

Bibliografie

I] Bibliografie obligatorie:

1. Boynton, Robert, The New Journalism: Conversations with America's Best Nonfiction Writers on their Craft, Vantage Books, New York, 2015
2. Susskind, Jamie, Politica viitorului. Tehnologia digitală și societatea, Editura Corint/ Future, București, 2019
3. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

4. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3
5. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2
6. Hart, Jack, Storycraft: The Complete Guide to Write Narrative Nonfiction, University of Chicago Press, Chicago, 2011

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

Editarea de texte nonficționale narative/ publicitare care să transforme comunicarea în afaceri a devenit comună în mediul online (reportaje, portrete, anchete etc.). Prin urmare, este o abilitate tot mai căutată pe piața media. Cursul își propune să dezvolte abilitățile studenților de a crea materiale publicitare narative tradiționale și/ sau adaptate mediului online, în acord cu cerințele unor segmente de public specifice (blog/ jurnalism online multiform, podcasturi, vloguri etc.)

Dobândirea gândirii critice, reflexive și autonome, așa încât să poată edita/ reedita în mai multe tipare/ forme/ perspective/ nuanțe și tonalități discursive același conținut de text/ fenomen public/ social/ media (storyboard, scenariu de film/ interviu/ talk-show etc)

10. Evaluare

Tip	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere
-----	----------------------	--------------------	---------

activitate			din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative interdisciplinare, comune cu retorica/ modulul 3/ transferate în aplicații: analiza retorică și semiotică (intuitivă) a unei producții digitale de trei minute create în echipe de câte 5 studenți/ Analiza și interpretarea feedbackului oferit/ primit de la publicul țintă online pentru 3 produse de scriere digitală diferite care continuă/ prelucrează/ reordonează materialul dezbaterii din cadrul disciplinei Retorica (modulul 3) (jurnal de cititor/ scriitor, blog/ storytelling/ jurnalism longform/ reportaj/ anchetă/ film de minim 3 episoade) raportate la același context / problematică, la alegere privind „TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș” Intervenții de 2-3 minute în cadrul cursurilor, cu argumente corelate cu cursurile anterioare Bonusuri de 1-2 puncte pentru fiecare intervenție la curs, nu mai mult de 2 puncte/ curs, puncte care se vor adăuga la nota finală, nu mai mult de 14 puncte în total	Căutarea/ documentarea din surse digitale diverse pentru a da exemple adecvate conceptelor/ noțiunilor teoretice prezentate la curs Jurnal dublu Diagrama Venn și alte metode de organizare/ structurare a informațiilor Profesor pentru 5 minute eseul de 5 minute prelegerea cu oponent	0
- în timpul activității practice	Realizarea (individual și/ sau în echipă) a minim 3 texte online individual/ piese de portofoliu individual și/sau proiect de cercetare interdisciplinară/ studiu de caz în echipe de 3 studenți (aceiași care au colaborat pentru realizarea dezbaterii/ a portofoliului de la disciplina Retorica, modulul3, anul I) privind: 1. analiza și interpretarea intereselor de lectură/ scriere creatoare digitală a diverse publicuri online din arealul mureșean/ național/ european privind 2. problematica dezbaterii/ a temei alese la Retorică/ dezbaterii de tip KarlPopper transferată în diverse forme/ variante pe blogul personal/ de echipă; 3. editarea de texte (non)ficționale personale și/ sau narrative pentru mediul online pe diverse platforme digitale preferate, Facebook, Twitter, Instagram (blog, vlog, reportaje, portrete etc.) pentru 4. promovarea prin minim 3 texte digitale diferite - articole/ reviste online/ social media/ alte media digitale (blogging, vlogging, storytelling, jurnalism longform etc.- a unor idei/ soluții privind rezolvarea problemei alese pentru dezbaterii de la disciplina Retorica și/ sau o altă temă, la alegere care să aibă legătură cu contextul general al discuțiilor de la cursuri și seminare: Top 10 probleme ale județului/ țării/ Europei/ lumii contemporane	Portofoliu personal și/ sau de grup cu minim 3 piese de portofoliu diferite raportate la 3 tipare/ texte digitale diferite (individuale) de produse: 1. înregistrarea și crearea unei reviste online a studenților de la CME/ UMFST „G.E.Palade” și/ sau 2. înregistrarea și crearea unui blog personal și/ sau de echipă/ pe care să fie editate/ postate minim 3 texte digitale de tipare diferite (de student) 3. Tehnici de planificare a textului. Căutarea/ documentarea/ adaptarea/ realizarea planului de text, rescrierea textelor după feedbackul primit de la publicurile țintă- online 4. un text de jurnalism digital longform (storytelling:reportaj, anchetă de minim 3 episoade)	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	noțiuni și concepte teoretice privind legislația și procesul creativ online corelate cu date despre publicul țintă online, editarea online, feedbackul online, tipare textuale digitale și (in)succesul în activitatea de digital writing	testul quize 20 de itemi/ 3 de completare/ răspuns scurt/ 15 itemi grilă/ cu alegere multiplă și 2 itemi cu alegere duală	20
- examen practic final	Produsul și procesul creativ. Editarea de texte digitale. Editarea aceluiași produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online. Compararea, analiza și interpretarea datelor, a feedbackului primit de la diverse categorii de publicuri țintă 10 criterii a câte 0,20p/ criteriu, cunoscute încă de la începutul semestrului, la primul curs/ seminar	Portofoliul de minim 5 produse creative de student. Pot fi reluate piese din portofoliul de evaluare de pe parcursul semestrului, cu condiția să fie marcate cu o altă culoare modificările, completările și intervențiile creative după feedbackul primit la evaluarea pe parcursul semestrului Piesă obligatorie: „Jurnal de scriitor online. Unicitatea fiecărei zile/	30

		Scriitorul digitalizat ca artist” (o lună, la alegere, aprilie/ mai/ iunie o piesă individuală, creativă, nouă, reprezentată pe parcursul semestrului	
Standard minim de performanță: • Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date/ Obligatorietatea susținerii portofoliului de produse creative la seminare/ recuperarea susținerii contra cost, conform Regulamentului UMFS Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect (Produsul și procesul creativ digitalizat. Editarea de texte multimodale/ digitale. Editarea unui produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online (comics/ benzi desenate, video, storytelling, blog, vlog, podcast etc.), aplicând atât cunoștințe, teoretice, cât și metode de diagnoză și intervenție, norme și principii de etică profesională/ licențe/copyright/ plagiat • 75% frecvență la seminare/ • Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.1, 10.2 și 10.3): I (I.1+I.2+I.3) = minim 25 de puncte • Minim 10 puncte acumulate din totalul de 20 de puncte de la examenul teoretic final (10.4.): II.1 + II.2= minim 10 puncte Minim 15 de puncte acumulate din totalul de 30 de puncte de la examenul practic final (10.4.): II.1 + II.2= minim 25 de puncte • Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte) Extra-bonusurile obținute în total puncte la cursuri vor fi adăugate la nota finală ca puncte			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	30 de minute după fiecare curs/ activitate practică
----------------------------	---

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Filosofia limbajului			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 25		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 2		
- examinări: 4		
- alte activități: 1		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Devine importantă fixarea limbajului în rememorarea unor secțiuni din istoria gândirii omenești, mai ales cele privitoare la viața spirituală a societăților umane avansate din punct de vedere științific și cultural
4.2 de competențe: Studentii ar trebui să fie pregătiți pentru o bună fixare în limbaj și o coerentă structurare a ideilor și proceselor logice, din care decurge întregul evantai de concepte și idei!

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Este necesară dotarea cu videoproiector
5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C.1. Cunoașterea conceptelor și noțiunilor fundamentale din istoria filosofiei, dar și stimularea capacității de a selecta, combina și utiliza adecvat cunoștințele dobândite, "transferarea" acestora în abilități de comunicare și în alte achiziții spirituale (valori și atitudini). C.2. Analiza legăturilor de cauzalitate dintre condițiile oferite de un cadru civilizator și evoluția ideilor filosofice, la scara istoriei omenirii.
--

6.2 transversale:

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.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Familiarizarea cu termenii specifici ai limbajului filosofic consacrat.

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea și înțelegerea influenței limbajului în structurarea ideilor în gândirea omenească

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Filosofia limbajului și structuralismul (varianta de lucru a lui Emile Durkheim)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
2	Teoria limbajului ca parte a unei teorii generale a formelor simbolice (Ernst Cassirer)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
3	Filosofia care s-a reconectat cu tradiția Humboldtiană (Walter Benjamin, Martin Heidegger)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
4	4. Filosofia limbajului și marxismul (Valentin Voloshinov, Ferruccio Rossi-Landi)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
5	Teoria limbajului și post-structuralismul (Foucault, Jacques Derrida)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
6	5. Teoria limbajului și feminismul (Hélène Cixous, Julia Kristeva, Judith Butler)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
7	Filosofia limbajului și teoria literaturii (Mikhail Bakhtine, Roland Barthes, Maurice Blanchot, Paul de Man) și semiotică (Charles Sanders Peirce, Umberto Eco).	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
8	Filosofia limbajului și filosofia analitică (Gottlob Frege, Bertrand Russell, Ludwig Wittgenstein, Willard van Orman Quine, Donald Davidson, John Searle, Saul Kripke)	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4

Bibliografie

1. John Langshaw Austin, Când a spune este de făcut, Seuil, Paris, 1970.
2. Gottlob Frege, „Înțeles și denotație”, Scrieri logice și filozofice, Paris, Seuil, 1971.
3. Saul Kripke, Logica numelor proprii, trad. François Recanati, Midnight, Paris, 1982.
4. Pascal Ludwig, le Langage, Flammarion, Paris, 1997.
5. Diego Marconi, filosofia limbajului în XX - lea secol, Lyber- Eclat, Paris, 1997.
6. François Recanati, Declarații performative, Midnight, Paris, 1981.
7. Bertrand Russell, „De la denotație”, Mind, 1905.
8. Denis Vernant, Introducere în filosofia contemporană a limbajului, Paris, Armand Colin, 2011

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Semnificație și adevăr; explicarea condițiilor de adevăr	Dezbaterea; conversația euristică; problematizarea	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4

2	Teoria clasică și teoria modernă a descripției	Dezbaterea; conversația euristică; problematizarea	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
3	Semantica de rol funcțional și semnificațiile 'restrânse'; argumentul sceptic al lui Kripke	Test bibliografic	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
4	Tirania vocabularului și tirania sintaxei Acceptarea și respingerea whorfianismului științific	Dezbaterea; conversația euristică; problematizarea	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
5	Structuralismul lingvistic al lui Saussure	Activități aplicative (referate, eseuri)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
6	Teoria cauzală a referinței și virtuțile ei	Activități aplicative (referate, eseuri)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
7	Realismul și verifiționismul. Pozitivismul logic și eliminarea disputei realismului	Activități aplicative (referate, eseuri)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4

Bibliografie

1. John Langshaw Austin, Când a spune este de făcut, Seuil, Paris, 1970.
2. Gottlob Frege, „Înțeles și denotație”, Scrieri logice și filozofice, Paris, Seuil, 1971.
3. Saul Kripke, Logica numelor proprii, trad. François Recanati, Midnight, Paris, 1982.
4. Pascal Ludwig, le Langage, Flammarion, Paris, 1997.
5. Diego Marconi, filosofia limbajului în XX - lea secol, Lyber- Eclat, Paris, 1997.
6. François Recanati, Declarații performative, Midnight, Paris, 1981.
7. Bertrand Russell, „De la denotație”, Mind, 1905.
8. Denis Vernant, Introducere în filosofia contemporană a limbajului, Paris, Armand Colin, 2011

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

Disciplina răspunde nevoii de înțelegere și de acțiune specifice mediului social.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative	Bonusuri pentru intervenții	20
- în timpul activității practice	Implicare în dezbateri	Teste, referate, lucrări la minut	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Colocviu - scris	30
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Referate, eseuri, teste conceptuale	30
Standard minim de performanță: Însușirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Filosofia comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector univ. dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 25		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: 4.1 Precondiții (acolo unde este cazul) 4.1 de curriculum: Principalele calități intelectuale dobândite de tineri prin studiul filosofiei comunicării sunt: claritatea și exactitatea în gândire și comunicare, disciplină și perseverență în activitatea intelectuală, poziționare rapidă, fermitate rațională și capacitate sporită de selectare, alegere și evaluare, raționalitate și eficiență, în luarea deciziilor în relațiile sociale, și aceasta sub triplu aspect: examinare, adaptare și aplicare la spiritul civilizației contemporane. Exercițiile aplicative și activitățile de seminar vor contribui la mai buna fixare a cunoștințelor teoretice, la întărirea corectitudinii operațiilor și proceselor gândirii analitice, raționale.
4.2 de competențe: 4.2 de competențe: Noțiunile de bază ale domeniului, însușite la cursurile disciplinelor înrudite, ar putea fi de un real folos în elaborarea practică a acestui tip de produs.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: 5.1 a cursului: Necesită dotarea cu videoproiector
5.2 a activităților practice: 5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: 6.1 profesionale: C.2. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării. C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
6.2 transversale: 6.2 transversale: 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. Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză, cât și norme și principii de etică profesională. CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: 7.1 Obiectivul general: Familiarizarea cu termenii specifici ai limbajului structurat în comunicarea actuală
7.2 Obiective specifice: 7.2 Obiective specifice: Cunoașterea și înțelegerea influenței procesului comunicării în progresul istoric al cunoașterii omenești.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în filosofia comunicării – Congruența filosofie-comunicare	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
2	Gândul și cuvântul sub cerul plin de divinități orientale	Prewlegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
3	Conceptualizare și comunicare la grecii antici – de la presocratici la „oralistul” Socrate.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
4	Doi mari „comunicatori” ai omenirii: Platon și Aristotel	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
5	Filosofie și comunicare – de la elenism până pe pragul raționalismului modern	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
6	isteme și stiluri de gândire și comunicare în epoca modernă: modelul sistemic al lui Immanuel Kant	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
7	ândire și comunicare în filosofia contemporană: Karl Jaspers, Ludwig Wittgenstein, Marchal Mc Luhan, Lucian Blaga	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4

Bibliografie

Bibliografie

1. Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traduceri de Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu „Viața lui Platon” de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.

2. Aristotel – Retorica. Ediție bilingvă. Traducere, studio introductive și index de Maria-Cristina Andrieș, note și comentarii de Ștefan-sebastian Maftei, Ed. Iri, București, 2004.

3. Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

4. Georg Klaus – Logica modernă. Schiță a logicii formale. Traducere și note de Mircea Țigoiu, prefață de prof. dr. Radu Stoichiță, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1977.

5. Alexandru Surdu – Cercetări logico-filosofice, colecția Cogito, Editura Tehnică, București, 2008.

6. Eugeniu Nistor – Elemente de retorică și argumentare, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș, 2011.

7. Eugeniu Nistor – Filosofie și comunicare, Editura Academiei Române, București, 2012.

8. Eugeniu Nistor - „Modele de conviețuire umană într-un spațiu multicultural / Models of human coexistence in a multicultural space”, p. 221-240 (20 pagini), în vol. Privind înapoi fără mânie / Looking black, Culegere de studii, Coordonați: Marius Pașcan, Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Târgu Mureș, 2015

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Diviziunea discursului în școlile de oratorie și filofie ale Greciei antice (Școala lui Isocrate, Academia platoniană, Liceum)	Lecturi, dezbateri, exemplificări	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4
2	Originalitatea și noutatea gândirii din tratatul de retorică al lui Aristotel	Lecturi, dezbateri și exerciții pe marginea tratatului de comunicare al lui Aristotel – „Retorica”	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4
3	Școala romană de gândire și comunicare, în momentele ei de glorie: Cicero, Caesar, Quintilian.	Dezbateri; conversații euristice	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4
4	Predici și cuvântări filosofice sub boltile evului mediu creștin: învățătura scolastică (trivium și quadrivium)	Dezbateri; conversații euristice	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4
5	Predicile apostolilor creștini și „momentul” aureolat al discursurilor lui Aureliu Augustin	Dezbateri; conversații euristice	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4
6	Stingerea interesului pentru retorică și câștigul omenirii prin evoluția limbajului științific în epoca modernă – de la „retorologie” la epistemologie	Activități aplicative (referate)	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4
7	Revirimentul retoricii contemporane. O nouă filosofie a comunicării rezultată din cercetările Școlii din Bruxelles și Grupul μ.	Activități aplicative (referate)	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	4

Bibliografie

1. Aristotel – Retorica. Ediție bilingvă. Traducere, studiu introductiv și index de Maria-Cristina Andrieș, note și comentarii de Ștefan-sebastian Maftai, Ed. Iri, București, 2004.

2. Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traduceri de Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu „Viața lui Platon” de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.

3. Diogenes Laertius – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

4. Fragmente presocraticilor – Vol. I, Traducere integrală după ediția Diels-Kranz cu introduceri și note de Simina Noica și Constantin Noica, Ed. Junimea, Iași, 1974.

5. Anton Dumitriu – Istoria logicii, vol. I-IV, ediția a III-a, revăzută și adăugită, Editura Tehnică, București, 1993-1998.

6. G. W. Fr. Hegel – Fenomenologia spiritului. Traducere de Virgil Bogdan, Ed. Academiei RSR, București, 1965.

7. Friedrich Nietzsche – Așa grăit-a Zarathustra (O carte pentru toți și pentru nimeni), în românește de Victoria Ana Tăușan, Editura Edinter, București, 1991.

8. Eugeniu Nistor - „Modele de conviețuire umană într-un spațiu multicultural / Models of human coexistence in a multicultural space”, p. 221-240 (20 pagini), în vol. Privind înapoi fără mânie / Looking back, Culegere de studii, Coordonatori: Marius Pașcan, Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Târgu Mureș, 2015

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor, organizațiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului în care viețuiesc.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice	Colocviu - scris	30
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative	Referate, teste conceptuale	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Examen sumativ	Răspunsuri la întrebări directe și teste grilă	20
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	Referate, eseuri	20

Standard minim de performanță: Insusirea cunostintelor de baza ale disciplinei

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Istoria filosofiei			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 25		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 3		
- examinări: 4		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: 4.1 de curriculum: Devine importantă rememorarea unor secțiuni din istoria universală, mai ales cele privitoare la viața spirituală a societăților umane avansate din punct de vedere științific și cultural
4.2 de competențe: 4.2 de competențe: Studentii ar trebui să fie pregătiți pentru o bună structurare a ideilor și proceselor logice, din care decurge întregul evantai de concepte și idei!

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: 5.1 a cursului: Este necesară dotarea cu videoproiector
5.2 a activităților practice: 5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: 6.1 profesionale: C.1. Cunoașterea conceptelor și noțiunilor fundamentale din istoria filosofiei, dar și stimularea capacității de a selecta, combina și utiliza adecvat cunoștințele dobândite, "transferarea" acestora în abilități de comunicare și în

alte achiziții spirituale (valori și atitudini).

C.2. Analiza legăturilor de cauzalitate dintre condițiile oferite de un cadru civilizator și evoluția ideilor filosofice, la scara istoriei omenirii.

6.2 transversale:

6.2 transversale:

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.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Familiarizarea cu termenii specifici ai limbajului filosofic consacrat.

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea și înțelegerea influenței ideilor în progresul istoric al omenirii.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Preocupările istoriografiei și istoriologiei filosofice.	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
2	Logicismul naiv: încrederea în cunoștințele perceptive pe care le manifestă realismul naiv	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
3	Scepticismul: simțurile ne înșeală, fapt constat încă din antichitatea elină	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
4	Raționalismul: rațiunea își găsește 'rețeta' în îndoiala metodică a lui Rene Descartes.	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
5	Empirismul: o reîntoarcere la simțuri, ca la singurul izvor al cunoașterii necesare și universale	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
6	Criticismul: Immanuel Kant a demonstrat că aprioritatea se poate împăca foarte bine cu experiența	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
7	Pozitivismul sau semnificația opoziției dintre certitudine și indecizie	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	4
8	Pragmatismul: înțeles ca reacție împotriva teoriilor raționaliste	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2

Bibliografie

- Victor Kernbach – Miturile esențiale. Antologie de texte cu o introducere în mitologie, comentarii critice și note de referință, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1978.

- Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

- Georg Wilhelm Fr. Hegel – Prelegeri de filosofie a istoriei. Ed. Humanitas, București, 1997.

- Ernest Stere – Istoria filosofiei antice și medievale, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1976.

- Mircea Eliade – Istoria credințelor și ideilor religioase, 3 vol., Ed. Științifică, București, 1981, 1982, 1983.

- xi x x – Biblia (orice ediție).

- Gh. Vlăduțescu – Filosofia în Grecia veche, Ed. Albatros, București, 1984.

- Gh. Vlăduțescu – Filosofia în Roma antică, Ed. Albatros, București, 1991.

- Anatologie filosofică. Filosofia antică. Vol. I-II. Ediție revăzută și adăugită de Octavian Nistor. Selecția textelor și prezentări de Nicolae Bagdasar, Virgil Bogdan și Octavian Nistor /.../, Prefață de G. Vlăduțescu. Ed. Minerva, București, 1975.

- Lucian Blaga – Trilogia cunoașterii, Ed. Humanitas, București, 1993.

- Eugeniu Nistor – Curs de istoria filosofiei, Editura Ardealul, Târgu-Mureș, 2016.

- Lucian Blaga – Trilogia culturii, Ed. Humanitas, București, 1994.

- Eugeniu Nistor – Conceptul de spațiu mioritic în filosofia lui Lucian Blaga, Ed. Ardealul, Târgu-Mureș, 2007.

- x x x – Saeculum – Revistă de filosofie, director Lucian Blaga (1943-1944) –, prefață de Acad. Gh. Vlăduțescu, îngrijitor de ediție și studiu introductiv dr. Eugeniu Nistor, Ed. Ardealul, Târgu-Mureș, 2008.

- Eugeniu Nistor – Filosofie și comunicare. Studii și cercetări, Ed. Academiei Române, București, 2012.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	'Amăgirea simțurilor' la: Parmenide, Zenon Eleatul și Melissos din Samos.	Dezbateri; conversația euristică; problematizarea	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
2	Concepțiile sceptice ale lui Pyrrhon, Carneade și Sextus Empiricus	Dezbateri; conversația euristică; problematizarea	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
3	'Dubito, ergo cogito; cogito, ergo sum'. Reguli metodei carteziene: analiză, sinteză, evidență, enumerare.	Test bibliografic	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
4	„În intelect nu există nimic care să nu fi fost mai înainte în simțuri”- concepția lui John Locke.	Dezbateri; conversația euristică; problematizarea.	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
5	'Critica rațiunii pure' a lui Immanuel Kant - una dintre marile cărți ale gândirii omenești	Activități aplicative (referate, eseuri)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
6	Concepția gânditorului francez Aug. Comte - în lucrările acestuia consacrate 'filosofiei pozitive'	Activități aplicative (referate, eseuri)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4
7	'Pragmatismul acceptă totul: el acceptă logica, el acceptă simțurile cele mai umile, cele mai particulare; dacă experiențele mistice pot avea consecințe practice, el le va accepta; și dacă s-ar întâmpla ca Dumnezeu să se poată întâlni aici, pragmatismul va primi un Dumnezeu...' spunea William James, în lucrarea sa - 'Pragmatismul' (1928)	Activități aplicative (referate, eseuri)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	-	4

Bibliografie

- Victor Kernbach – Miturile esențiale. Antologie de texte cu o introducere în mitologie, comentarii critice și note de referință, , Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1978.

- Gândirea egipteană în texte – Traducere din limba egipteană veche, studiu introductiv, notițe introductive și note: Constantin Daniel, Ed. Științifică, București, 1974.

- Fragmentele presocraticilor – Vol. I, Traducere integrală după ediția Diels-Kranz cu introduceri și note de Simina Noica și Constantin Noica, Ed. Junimea, Iași, 1974.

- Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traduceri de Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu “Viața lui Platon” de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.

- Aristotel – Metafizica. Traducere de Șt. Bezdechi, studiu introductiv și note de Dan Bădăraș, Ed. Academiei, București, 1965.

- Aristotel – Fizica. Traducere și note de N. I. Barbu, Studiu introductiv, note, indice temeinic și indice terminologic de Pavel Apostol, Studiu analitic și note de Alexandru Posescu, Ed. științifică, București, 1966.

- Diogenes Laertius – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

- Marcus Tullius Cicero – Despre îndatoriri. Traduceri din limba latină și note de David Popescu, Studiu introductiv de Aureliu Tache, București, Ed. științifică, București, 1957.

- Sextus Empiricus – Opere filosofice. Vol. 1 / Schițe pyrrhonice în trei cărți; Contra învățaților / Traducere și introducere de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1965.

- Georg Wilhelm Fr. Hegel – Prelegeri de filosofie a istoriei. Ed. Humanitas, București, 1997.

- Anatologie filosofică. Filosofia antică. Vol. I-II. Ediție revăzută și adăugită de Octavian Nistor. Selecția textelor și prezentări de Nicolae Bagdasar, Virgil Bogdan și Octavian Nistor /.../, Prefață de G. Vlăduțescu. Ed. Minerva, București, 1975.

- Leonardo da Vinci – Texte filosofice. Cu studiu introductiv de C. I. Gulian, Ed. de stat pentru lit. științifică, București, 1952.

- Galileo Galilei – Dialog despre cele două principale ale lumii – ptolemeic și copernican. În românește de Romolo Ottone, Cuvânt înainte de Ștefan Bălan, Ed. Științifică, București, 1962.

- Charles Montesquieu – Despre spiritul legilor. Vol I-II. Traducere și note de Armand Roșu, Studiu introductiv de Dan Bădăraș, Ed. Științifică, București, 1964 (vol. I), 1970, (vol. II, III).

- G.W. Leibniz – Opere filosofice. vol. I/Monadologia; Dialog privitor la conexiunea dintre lucruri și cuvinte și la realitatea adevărului; ș.a. / Traducere de Constantin Floru, Studiu introductiv de Dan Bădăraș, Ed. Științifică,

București, 1972.

- Immanuel Kant – Critica rațiunii pure, traducători Nicolae Bagdasar și Elena Moisiuc, studiu introductiv, glosar kantian și indice de nume proprii Nicolae Bagdasar, Ed. Științifică, București, 1969.
- Immanuel Kant – Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice, traducere, studiu introductiv, note și indici Nicolae Bagdasar, prefață Nicolae Bellu, Ed. Științifică, București, 1972.
- Immanuel Kant – Prolegomene la orice metafizică viitoare care se va putea înfățișa ca știință, traducere ce Mihail Antoniadă, ediție îngrijită și studiu introductiv de Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Colecția "Biblioteca de filosofie", Târgu-Mureș, 1999.
- Immanuel Kant – Critica puterii de judecată, traducerea «Criticii facultății de judecată» - Vasile Dem. Zamfirescu, Alexandru Surdu, traducerea «Primei introduceri la Critica facultății de judecată» - Constantin Noica, Ed. Trei, București, 1995.
- G. W. Fr. Hegel – Fenomenologia spiritului. Traducere de Virgil Bogdan, Ed. Academiei RSR, București, 1965.
- Niccolo Machiavelli – Principele. Studiu introductiv, traducere și note de Nina Facon, Ed. Științifică, București, 1960.
- George Berkeley – Principiile cunoștinței omenești. Trad. de S. Căteanu, cu o introducere de N. Bagdasar, Tiparul universitar, București, 1938.
- David Hume – Cercetare asupra intelectului omesc. Trad. de S. Căteanu, Introducere de N. Bagdasar, Societatea Română de Filosofie, București, 1936.
- Albert Camus – Mitul lui Sisif. Traducere, prefață și note de Irina Mavrodin, Ed. pentru lit. univ., București, 1969.
- Lucian Blaga – Trilogia cunoașterii, Ed. Humanitas, București, 1993.
- Lucian Blaga – Trilogia culturii, Ed. Humanitas, București, 1994.
- Nicolae Bagdasar - Teoria cunoștinței, Ed. Univers Enciclopedic, București, 2016.

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

Disciplina răspunde nevoii de înțelegere și de acțiune specifice mediului social.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative	Bonusuri pentru intervenții	20
- în timpul activității practice	Implicare în dezbateri	Teste, referate, lucrări la minut	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Colocviu scris	30
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Referate, eseuri, teste conceptuale	30
Standard minim de performanță: Însușirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Etică și integritate academică			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Prof dr. Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 23		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 23		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 22		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu videoproiector, calculator cu sonorizare, acces la internet, tablă
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu videoproiector, calculator cu sonorizare, acces la internet, tablă

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare documentare.

6.2 transversale:
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;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Cunoașterea principiilor eticii și integrității în contextul unei activități academice, de cercetare. Angajament față de cele mai înalte standarde de comportament etic și evitarea problemelor de fraudă academică și a neregulilor.
7.2 Obiective specifice:
Formarea deprinderilor de utilizare a metodelor și tehnicilor de evaluare a fenomenului integrității în mediul universitar; Familiarizarea studenților cu metodologia și instrumentarul de lucru al sistemului și instrumentelor de asigurare a eticii și integrității academice.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Noțiuni de etică și morală	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	2
2	Normele morale și alte tipuri de norme	Conversația euristică. prezentarea PPT	-	-	4
3	Valorile morale. Definirea și tipologia valorilor	Conversația euristică. prezentarea PPT Conversația euristică. prezentarea PPT	-	-	2
4	Principii și standarde în cercetarea științifică. Principiul responsabilității	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	2
5	Reglementări privind etica cercetării științifice	Dezbateri, studii de caz, prezentarea PPT	-	-	2
6	Instituții cu rol important în coordonarea și monitorizarea conduitei morale în activitatea științifică	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	2
7	Caracteristicile conceptului de integritate, ca valoare morală fundamentală	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	2
8	Bune practici în cercetarea științifică	Dezbateri, studii de caz, prezentarea PPT	-	-	2
9	Conduita incorectă în cercetare și posibile motive	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	2
10	Responsabilitatea autorilor de lucrări științifice – responsabilități juridice și morale	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	2
11	Plagiul și autoplagiatul. Conflictul de interese	Prelegerea participativă, prezentarea PPT	-	-	4
12	Alte tipuri de încălcare a integrității academice și de cercetare	Dezbateri, studii de caz, prezentarea PPT	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

- Socaciu, Emanuel et al. (2018), Etică și integritate academică - Etică și Deontologie Academică. Ed Universității București. Disponibil: <https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>, Accesat: 17.02.2020
- CODUL DE ETICĂ ȘI DEONTOLOGIE PROFESIONALĂ A UNIVERSITĂȚII DE MEDICINĂ, FARMACIE, ȘTIINȚE ȘI TEHNOLOGIE "G. E. PALADE" TG.MUREȘ, Disponibil: https://www.umfst.ro/fileadmin/documente_oficiale/regulamente/UMFST-REG-02.pdf Accesat: 16.03.2020.
- Bibliografie facultativă
- Academic Integrity and Ethics, Disponibil: <https://gradschool.unc.edu/academics/resources/ethics.html>, Accesat: 18.09.2018
- Florea, Bujorel (2018) Reflecții despre plagiat, Ed. Hamangiu, București.
- Gibe, Toni et al. (2018) Etică și integritate academică. Instrumente suplimentare. Disponibil: https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/12/Etica-si-integritate-academica_instrumente-suplimentare.pdf, Accesat: 17.02.2020.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu	Nr
----	------	-------------------	------------	-------------	----

				ICS	ore
1	Aspecte introductive – norme și valori	Dezbaterea, teste conceptuale	-	-	4
2	Responsabilități și drepturi în mediul academic	Discuția dirijată	-	-	4
3	Standarde de integritate în domeniul activității didactice și de cercetare în învățământul superior	Dezbaterea, teste conceptuale	-	-	4
4	Conceptul de lucrare științifică și tipologia lucrărilor științifice	Exemplificarea, discuția dirijată	-	-	4
5	Codurile etice: erori și sancțiuni. Codul de etică și deontologie profesională a personalului de cercetare-dezvoltare	Conversația euristică	-	-	4
6	Codul de etică și deontologie profesională a Universității de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie "G. E. Palade" Tg.Mureș	Discuția dirijată	-	-	4
7	Plagiatul și formele acestuia. Identificarea plagiatului în lucrări având caracter științific	Dezbaterea, studii de caz	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

• Sercan, E. (2017) Deontologie academică: ghid practic, Ed. Universității din București.

• *** Ghid practic privind etica în cercetarea științifică, Disponibil: <http://date-cdi.ro/sites/default/files/uploads/1.%20ghid%20privind%20etica%20în%20cercetarea%20științifică%20.pdf>, Accesat: 20.09.2019.

Bibliografie facultativă

• Dumitrache, I. și Iovu, H. -coordonatori (2009) Manual de autorat științific. [pdf] Disponibil on line la: <http://www.ubm.ro/sites/al/images/docs/ManualAutoriat.pdf>

• Georgescu, Maria-Ana (2011) Etica între teorie și acțiune, Editura UPM, Tg.Mures, pp.8-48.

• Sarpe, D., Popescu D., Neagu A., Ciucur, V. (2011) Standarde de integritate în învățământul universitar, ediție online, UEFISCDI, București, Disponibil: <http://uefiscdi.gov.ro>

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, 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 din străinătate, precum și cu cerințele activităților profesionale derulate în cadrul organizațiilor angajatoare. Conținutul cursului prezintă standarde de etică și integritate a căror respectare este o condiție imperativă în activitatea academică actuală și corespunde nevoii de a se asigura o conduită etică în realizarea cercetării și a lucrărilor științifice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea conceptelor de bază ale eticii; evidențierea importanței respectării principiilor eticii academice.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată, aprecierea activismului și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Abilitatea științifică de documentare și elaborare de materiale, gradul de actualitate, noutate și originalitate a temei. Criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiințiozitatea, interesul pentru studiu, activismul.	- Aprecierea modului de întocmire a unui referat/eseu și a modului de susținere. - Aprecierea modalităților de citare, de redare a bibliografiei, etc	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluare scrisă Răspuns corect la întrebări	Grilă – Teste conceptuale cu întrebări închise	50
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Se consideră promovat studentul care obține cumulativ (la evaluarea pe parcurs + evaluarea finală / sumativă) cel puțin nota 5 (cinci).

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	Miercurea, 16-16,30
-----------------------------	---------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Multimedia			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: Lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 35		
- tutorial: 2		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală de curs dotată cu echipament multimedia
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu echipament multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice. C 4.3 Utilizarea unor cadre

metodologice adecvate realizării unui produs de RP. C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice. C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare
C 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere. C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere. C 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere. C 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare. C 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.

6.2 transversale:

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;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Înțelegerea conceptului de multimedia, a specificului produselor și a modalităților de distribuție pornind de la text până la platforme web complexe, precum și a tehnicilor implicate în procesul de realizare al acestor produse.

7.2 Obiective specifice:

Introducere în domeniile actuale ale multimedia;

Formarea competențelor de redactare a textului în domeniul mediatic;

Abilitatea de a crea conținut pentru web;

Abilitatea de a utiliza mijloace digitale de distribuție a informației.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în conceptul și fenomenul de multimedia	Prelegere. Problematizare	-	-	2
2	Tehnologie mediatică. Perspectivă istorică	Prelegere, exemplificare, ilustrare	-	-	2
3	Tehnologie mediatică. Perspectivă contemporană	Prelegere, exemplificare, ilustrare	-	-	2
4	Metode și tehnici multimedia	Prelegere, exemplificare, studii de caz	-	-	2
5	Arta și media, crearea de produse ce combină cele două domenii	Prelegere, exemplificare, studii de caz	-	-	2
6	Strategii multimedia	Prelegere, studii de caz	-	-	2
7	Bazele montajului audio	Prelegere, aplicații	-	-	2
8	Bazele montajului video	Prelegere, aplicații	-	-	2
9	Tipologii ale produselor multimedia	Prelegere, exemplificare, ilustrare	-	-	2
10	Deontologie și multimedia	Prelegere, exemplificare	-	-	2
11	Platforme mobile și multimedia	Prelegere, exemplificare, ilustrare	-	-	2
12	Interfețe și interacțiune, de la browser la realitatea augmentată	Prelegere, aplicații	-	-	2
13	Multimedia și democrația	Prelegere, problematizare	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni multimedia	Prelegere, discuții	-	-	2

Bibliografie

Mallender, Ariane, Cum să scrii pentru multimedia, traducere de Oana Drăgănescu, Editura Polirom, Iași, 2008;

Grindei, Laura et al, Tehnologii multimedia cu aplicații interactive în eLearning, Editura Albastră, Cluj-Napoca, 2007;

Graham, Mark and Dutton, William H. (eds.), Society & the Internet. How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives. Oxford: Oxford University Press, 2014;

Castells, M., Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age, Polity, 2nd edition, 2015;

Van Dijk. J., The Culture of Connectivity: A critical history of social media, Oxford University Press, 2013;
George Lekakos, Handbook of Multimedia for Digital Entertainments and Art, Springer, 2009;
D. Kirovski et. al (eds), Multimedia security handbook, CRC Press, 2005.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tipuri de multimedia	Exemplificare, exerciții, aplicații	-	-	2
2	Tipuri de multimedia și aplicabilitate practică	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
3	Multimedia pre-digitale	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
4	Multimedia în prezent	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
5	Internetul, web-ul, multimedia și rolul acestora în evoluția comunicării	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
6	Metode și tehnici multimedia	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
7	Strategii de promovare prin în multimedia	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
8	Tipologii ale produselor multi/cross/virtual media	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
9	Conflicte și crize in multimedia	Discuții, exemplificare, studii de caz	-	-	2
10	Clasificarea aplicațiilor multimedia	Discuții, exemplificare, studii de caz	-	-	2
11	Tehnologii multimedia	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
12	Programe și aplicații software specifice sistemelor multimedia	Exemplificare, exerciții, aplicații practice	-	-	2
13	Dimensiunea social-politica a multimedia	Discuții, exemplificare, studii de caz	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici multimedia	Discuții, exemplificare, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Alter, A., „Irezistibil: Dependența de tehnologie și afacerile din spatele ei”, Editura Publica, 2017
Altsiel, T., Grow, J.M., Jennings, M., „Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design”, Editura Sage Publications, 2019
Berger, J., „Influența invizibilă”, Editura Publica, 2017
Cialdini, R., „Pre-suasiune”, Editura Publica, 2017
James Monaco, How to Read a Film: The World of Movies, Media, Multimedia, Routledge, 2006
Marcel Cornis-Pope, New Literary Hibrids in the Age of Multimedia, John Benjamins, 2014
Aronson, Merry, Ghidul redactării în relații publice. Era digitală, Anesta Publishing, 2008

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

Cunoașterea tehnicilor și a tehnologiilor multimedia este valorificată din ce în ce mai mult în domeniul serviciilor web, a comunicării online, pentru prezentarea firmelor și în relațiile publice, publicitare și de promovare specifice ale organizațiilor. Cursul este corelativ expectanțelor de pe piața muncii, cei care-l studiază, totodată însușesc și stăpânesc comunicarea multimedia au mai apoi posibilități de angajare în acest domeniu complex, atât la nivel local, regional, cât și național, chiar internațional.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea adecvată a noțiunilor privind Multimedia, analizarea și interpretarea materialului bibliografic. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Lucrări practice în diferite formate multimedia	Referat/Test/Portofoliu /Prezentare	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect multimedia pentru acces la examenul teoretic final și participarea activă la cel puțin 2/3 dintre cursuri și seminare. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și practice, respectiv rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	30 de minute după fiecare curs
----------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Sociologie organizațională			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Prof. Dr. Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 36		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 36		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 26		
- tutorial: 7		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 108		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet
5.2 a activităților practice: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

6.2 transversale:
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;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Formarea capacităților de raportare obiectivă la realitatea socială organizațională, de sesizare a priorităților și diagnosticare a problemelor din cadrul organizațiilor, precum și de cunoaștere a aspectelor legate de organizarea socială în societatea organizațională prezentă.
7.2 Obiective specifice:
Cunoașterea principalele teorii și practici organizaționale, privitoare la comportamentul organizațional, Abordarea și utilizarea noțiunilor și conceptelor fundamentale specifice domeniului organizării, Dezvoltarea continuă profesională și personală în vederea integrării în organizații publice și private. Identificarea de subiecte și probleme din mediul organizațional.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Organizarea socială și organizațiile - definiții, caracteristici și tipologie	Prelegerea interactivă, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	4
2	Organizarea birocratică și teorii despre birocratie	Prelegerea interactivă, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	2
3	Organizații și instituții. Conducerea organizațiilor, stiluri de conducere. Funcțiile conducerii organizațiilor	Prelegerea interactivă, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	2
4	Cultura organizațională. Realitatea culturii organizaționale. Interferențe între cultura organizațională și valorile etice. Cultura organizațională a firmelor din România	Film didactic, Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
5	Grupuri în organizații. Grupul de muncă, echipa	Explicația, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	2
6	Autoritate și putere	Prelegerea interactivă, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	2
7	Identitatea și imaginea organizației. Indicii de imagine ai unei organizații. Implicarea socială ca indice/palier de imagine și conceptul de Responsabilitate socială	Prelegerea interactivă, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	4
8	Comunicarea în organizații. Comunicarea internă. Comunicarea de criză. Promovarea on-line a organizației	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
9	Procesul schimbării și organizațiile. Noile tehnologii și organizațiile	Prelegerea interactivă, dezbaterea, prezentarea PPT	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

1. Boboc, Ion – Comportament organizațional și managerial, Vol. I, Ed. Economică, București, 2003.
2. Georgescu, Maria-Ana – Grupul de muncă (pp.142-156); Instituții și organizații. Cultura organizațională (pp.248-273) în vol. Sociologie, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2005.
3. Halic, Bogdan și Chiciudean, Ion - Imaginea socială a organizațiilor. Sistemul indicatorilor de imagine (pp.3-27), în Analiza imaginii organizațiilor, Ed.Comunicare ro, București, 2007.
4. Machidon, Silvia - Impactul noilor tehnologii informaționale asupra procesului de comunicare, S T U D I A U N I V E R S I T A T I S M O L D A V I A E , 2021, nr.9(149), pp.56-62
5. Weber, Max – Conceptul de Birocrație, disponibil: http://www.apubb.ro/wp-content/uploads/2011/02/Birocratia_Weber.pdf

Bibliografie facultativă

6. Dîncu, Vasile-Sebastian – Organizațiile, (pp.323-345) în „Sociologie”, coordonatori T. Rotariu și P. Iluț, Ed. Mesagerul, Cluj-Napoca, 1996.
7. Georgescu, Maria-Ana - Responsabilitatea socială între teorie, imagine și conduită, Ed.Limes, Cluj-Napoca, 2015.
8. Hoffman, Oscar – Sociologia organizațiilor, Ed. Economică, București, 2004.

9. Mihăilescu, Ioan – Organizarea socială (pp.221-274), în Sociologie generală, Ed. Universității, București, 2000.
10. Rusu, Costache – Managementul schimbării, Ed. Economică, București, 2003.
11. Vlăsceanu, Mihaela – Organizații și comportament organizațional, Ed. Polirom, Iași, 2003.
12. Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) - Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București, 1993.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Societatea organizațională. Funcțiile organizațiilor. Organizații publice, private și non-profit	Dezbateri, studii de caz	-	-	2
2	Conceptul de birocratie la M.Weber și M. Crozier; disfuncționalități derivate din birocratizare	Conversația euristică, explicația	-	-	2
3	Status și rol în cadrul grupului. Grupul de muncă și stiluri de leadership. Manageri și lideri în organizații	Dezbateri, studii de caz	-	-	2
4	Imaginea socială a unor organizații. Potențarea emoțională a imaginii sociale	Dezbateri, studii de caz	-	-	2
5	Resursa umană în organizații	Dezbateri, studii de caz	-	-	2
6	Schimbarea și dezvoltarea organizațională. Rolul tehnologiilor în funcționarea, dezvoltarea și schimbarea organizațiilor	Dezbateri, studii de caz	-	-	2
7	Conflictul interindividual, de grup și organizațional	Dezbateri, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

1. Preda, Marian – Comportament organizațional, teorii, exerciții și studii de caz, Polirom, Iași, 2006.
2. Lafaye, Claudette – Sociologia organizațiilor, Ed. Polirom, Iași, 1998.
3. Zlate, Mielu - Leadership și management, pp.94-223, Polirom, Iași, 2004.

Bibliografie facultativă

4. Bogáthy, Zoltán Coord. – Manual de psihologia muncii și organizațională, ed. Polirom, Iași, 2004.
5. Câmpăanu-Sonea, Eugenia și Sonea, Adrian – Evoluția resursei umane în context organizațional, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2011.
6. Mihăilescu, Ioan – Sociologie generală, Cap.VIII, pp.221-274, Ed. Universității, București, 2000.
7. Rusu, Costache – Managementul schimbării, Ed. Economică, București, 2003.
8. Scott, Richard W. – Instituții și organizații, Ed. Polirom, Iași, 2004.
9. Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) - Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București, 1993.

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului organizațional.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor de sociologie organizațională, sesizând greșeli în definire. Analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită problemă legată de organizații, de cultura organizațională.	Evaluare formativă, orală - dialogul, conversația	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ proiect din tematica sociologiei organizaționale. Identificarea problemelor din organizații și antrenarea în găsirea de soluții.	Punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar.	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluare scrisă. Rezolvarea subiectelor de examen.	Test grilă cu întrebări închise și deschise. Accesul la examen e condiționat de activismul la seminar, dovedit prin materialele componente ale propriului portofoliu și un minim de prezențe stabilit	50

		la începutul semestrului.	
- examen practic final	Nu e cazul	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen; întocmirea unui portofoliu de documente cu termen de predare cel târziu la ultimul seminar programat. Promovarea examenului se face numai prin rezolvarea corectă a cel puțin o treime din grilele testului scris.			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	Martea 18-18,30
-----------------------------	-----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Psihologia socială			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Săcălean Lucian			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Săcălean Lucian			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 3		
- tutorial: 7		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Participare la cel puțin 50% din cursuri
5.2 a activităților practice:
Participare la cel puțin 70% din cursuri

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)
1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)
• cunoașterea principalelor orientări teoretice din psihosociologie (socio-culturalistă; etologic-biologistă; gestaltist-cognitivă);
• utilizarea unor termeni din psihosociologie („influența socială”, „atitudinea”, „cogniția socială”, „stereotipurile”, „scheme mentale” etc.) pentru explicarea unor fenomene sociale;
• formularea unei probleme de studiu/de cercetare în liniile unor

paradigme psihosociologice. Identifică și analizează factorii psihosociali (relațiile interpersonale, factori de context) asupra unor fenomene din realitatea socială • Proiectează experimente privind rolul factorilor psihosociologici în explicarea comportamentelor actorilor sociali. • Analizează critic datele unor cercetări publicate în revistele de specialitate sau în media.
6.2 transversale: Sunt analizate critic experimente utile pentru înțelegerea generală a metodei experimentului • Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea cunoașterii științifice și înțelegerea comportamentelor umane • Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul psihologie sociale • Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Prezentarea și însușirea aparatului conceptual specific psihosociologiei/psihologie sociale. Înțelegerea cadrului teoretic și metodologic al psihosociologiei/psihologie sociale în raport cu alte științe socio-umane. Înțelegerea teoriilor și metodelor fundamentale ale psihologia socială și aplicarea acestora în alte domenii ale psihologiei/sociologiei
7.2 Obiective specifice: Explorarea utilității conceptelor pentru analiza și cercetarea din domeniul psihologiei/sociologiei Cunoașterea proceselor psihice, intergrupale și interpersonale necesare elaborării unor strategii de comunicare politică. Capacitatea de a utiliza informațiile de la curs pentru activitatea practic aplicativă din comunicare politică. Socializarea studenților utilizând lecturile de referință din domenii

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Ce este psihologia socială ?	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
2	Influența socială: conformare, compliantă și obediență. Rolul experimentului în psihologia socială	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
3	Atitudinile sociale	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
4	Schimbarea de atitudine	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
5	Individul și grupul în cunoașterea socială. Gândirea de grup	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
6	Polarizarea. Stereotipuri, prejudecăți, discriminare socială.	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
7	Tehnici de influență	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
8	Fenomenul atribuirii: cum explicăm comportamentele noastre și ale celorlalți	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2

9	Comportamentul agresiv	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
10	Comportamentul prosocial: despre ajutorarea celorlalți	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
11	Atracția interpersonală: afilierea, ura și iubirea	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
12	Identitatea socială	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
13	Cercetări moderne în domeniul psihologiei sociale	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2
14	Dilemele sociale	Curs interactiv, expunere, exemplificare exemplificare	-	-	2

Bibliografie

Boncu, Ștefan. (2002). Psihologia influenței sociale. Iași: Editura Polirom

Boncu, Ștefan. (2005). Procesele interpersonale. Auto-dezvăluire, atracție interpersonală și ajutorare. Iași: Editura Institutul European.

Boncu, Ștefan, Ilin, Corina și Sulea, Coralia. (2007). Manual de psihosociologie aplicată. Timișoara: Editura Universității de Vest.

Bourhis, Richard Y. și Leyens, Jacques-Philippe. [1994](1996). Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri. Iași: Editura Polirom.

Chelcea, Septimiu. (1994). Personalitate și societate în tranziție. București: Editura Știință și Tehnică S.A.

Chelcea, Septimiu. (2002). Un secol de cercetări psihosociologice. Iași: Editura Polirom.

Chelcea, Septimiu și Iluț, Petru (coord.). (2003). Enciclopedie de psihosociologie. București: Editura Economică.

De Visscher, Pierre și Neculau, Adrian (coord.). (2001). Dinamica grupurilor. Texte de bază. Iași, Editura Polirom.

Doise, Willem, Deschamps, Jean-Claude și Mugny, Gabriel. [1978](1996). Psihologie socială experimentală. Iași: Editura Polirom.

Doise, Willem și Mugny, Gabriel. [1997](1998). Psihologie socială și dezvoltare cognitivă. Iași: Editura Polirom.

Drozda-Sencovska, Ewa. [1998](1999). Psihologie socială experimentală. Iași: Editura Polirom.

Eysenck, Hans și Eysenck, Michel. [1981](1998). Descifrarea comportamentului uman. București: Editura Teora.

Eibl-Eibesfeldt, Irinăus. [1984](1995). Agresivitatea umană. București: Editura Trei.

Gavriliuc, Alin (2011). Psihologie interculturală. Iași: Editura Polirom

Golu, Pantelimon. (2000). Fundamentele psihologiei sociale. Constanța: Editura Ex Ponto.

Iluț, Petru. (2000). Iluzia localismului și localizarea iluziei. Iași: Editura Polirom.

Iluț, Petru. (2001). Sinele și cunoașterea lui. Iași: Editura Polirom.

Iluț, Petru. (2004). Valori, atitudini și comportamente sociale. Iași: Editura Polirom.

Iluț, Petru (2009). Psihologie socială și socio-psihologie. Iași: Editura Polirom

Liiceanu, Gabriel. (2007). Despre ură. București: Editura Humanitas.

Malim, Tony. [1997](2003). Psihologie socială. București: Editura Tehnică.

Morris, Desmond. [1967](1901). Maimuța goală. București: Editura Științifică.

Moscovici, Serge (coord.). [1994](1998). Psihologia socială a relațiilor cu celălalt. Iași: Editura Polirom.

Neculau, Adrian (2007). Dinamica grupului și a echipei. Iași: Polirom.

Neculau, Adrian (coord.). (2004). Manual de psihologie socială (ediția a 2-a). Iași: Editura Polirom.

Pahl, Ray. [2000](2003). Despre prietenie. București: Editura Antet.

Wilson, Edward O. [1975](2003). Sociobiologia. București: Editura Trei.

Wosińska, Wilhelmina. [2004](2005). Psihologia vieții sociale. București: Editura Renaissance.

Yzerbyt, Vincent și Schadrone, Georges. [1996](2002). Cunoașterea și judecarea celuilalt. O introducere în cogniția socială. Iași: Editura Polirom.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr
----	------	-------------------	------------	-----------------	----

					ore
1	Rolul psihologiei sociale în studiul comportamentelor sociale	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
2	Metoda experimentului și specificul ei. Experimentul ca metodă regală în psihologia socială	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
3	Efectul Lucifer: rolul contextului social	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
4	Cogniția socială: erori cognitive	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
5	Dezindividualizarea. Contagiunea	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
6	.Lenea socială	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
7	Stima de sine. Auto-cunoașterea și iluzile pozitive	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
8	Teoria atribuirii cauzale	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
9	Teoria disonanței cognitive	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2

10	Fenomenul impostorului	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
11	Suportul social	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
12	Schimbarea personală	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
13	Comportament agresiv. Discutarea literaturii de specialitate	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2
14	Comportament peosocial. Discutarea literaturii de specialitate	Lucru individual și/sau în perechi, în grupuri mici, argumentare, dezbateri, controversă academică, elaborarea unui proiect de intervenție, rezolvarea de probleme.	-	-	2

Bibliografie

Boncu, Ș., (2002). Psihologia influenței sociale. Iași: Polirom.
 Bourhis, R.Y., Leyens, J.-Ph. (editori) (1997). Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri. Iași: Polirom.
 Doise, W., Deschamp, J.-C. și Mugny, G. (1996). Psihologie socială experimentală. Iași: Polirom.
 Dafinoiu, I. și Boncu, Ș. (editori) (2014). Psihologie socială clinică. Iași: Polirom.
 Neculau, A. (ed.) (1996). Psihologie socială. Aspecte contemporane. Iași: Polirom.
 Perez, J. A., Boncu, Ș. (editori) (1996). Influența socială: texte alese. Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”
 Chelcea, Septimiu și Iluț, Petru (coord). (2003) Enciclopedie de psihosociologie. București: Editura Economică.
 Lorenz, Konrad (1998). Așa-zisul rău. Despre istoria naturală a agresiunii: București: Humanitas.
 Ciccotti, Serge (2007). 150 de experimente pentru cunoașterea celuilalt. Iași: Polirom.
 Iluț, Petru. (2000). Iluzia localismului și localizarea iluziei. Iași: Editura Polirom.
 Iluț, Petru (2009). Psihologie socială și socio-psihologie. Iași: Editura Polirom
 Morris, Desmond. [1967](1901). Maimuța goală. București: Editura Științifică.
 Neculau, Adrian (2007). Dinamica grupului și a echipei. Iași: Polirom.
 Zimbardo, Philip (2007). Efectul Lucifer. București: Editura Nemira
 Referințe suplimentare:
 Journal of Personality and Social Psychology, 1965-2014;
 Personality and Social Psychology Bulletin, 1974-2014,
 Journal of Experimental Social Psychology, 1965-2014

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

da

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota
----------------	----------------------	--------------------	------------------

			finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Elaborarea unui proiect de echipă (3-4 studenți) în care 50% studenții vor propune un experiment și vor analiza experimente deja existente pe o anumită temă	referat	40
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	corectitudinea și finală completitudinea cunoștințelor - coerența logică - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Examen scris	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: 5 nota de seminar, 5 nota finala totala			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Săcălean Lucian	30 min dupa curs
-------------------------	------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Psihologia limbajului			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: Lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 35		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 2		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu echipament multimedia
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu echipament multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
6.2 transversale:
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;
CT2. 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:

- capacitatea de analiză și sinteză;
- capacitatea de a empatiza cu mediul social;
- abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut;
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice;
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.

7.2 Obiective specifice:

- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice;
- elaborarea și gestionarea de strategii publicitare;
- aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Definiții, forme și funcții ale comunicării	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
2	Teorii și modele ale comunicării	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
3	Repere ontogenetice ale achiziției limbajului	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
4	Teoriile structuraliste ale limbajului	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
5	Relațiile dintre gândire și limbaj	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
6	Factorii psihologici care influențează comunicarea.	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
7	Bariere ale comunicării	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
8	Comunicarea nonverbală	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
9	Rețelele semantice	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
10	Comunicarea didactică: definiții și caracteristici	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
11	Repere ontogenetice ale achiziției limbajului verbal scris	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
12	Modalități de evaluare a limbajului	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
13	Factorii psihologici ai comunicării organizaționale	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici din psihologia limbajului	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2

Bibliografie

Jeane-Claude Abric, Psihologia comunicării. Teorii și metode, traducere de Luminița și Florin Botoșineanu, Editura Polirom, Iași, 2002

Nicolaus Gueguen, Psihologia manipulării și a supunerii, traducere de Marius Roman, Editura Polirom, Iași, 2007

Gilles Amado, Andre Guittet, Psihologia comunicării în grupuri, traducere de Gabriela Sandu, Editura Polirom, Iași, 2007

Serge Moscovici, Influență socială și schimbare socială, traducere de Irinel Antoniu, Editura Polirom, Iași, 2011

Mihaela Boza, Atitudinile sociale și schimbarea lor, Editura Polirom, Iași, 2010

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Metode de investigație a funcționalității limbajului verbal și a limbajului grafic	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
2	Dezbaterea Chomski-Piaget privind achiziția limbajului	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
3	Comunicare non-verbală vs. comunicare verbală	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
4	Funcțiile limbajului verbal și nonverbal	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
5	Strategii de optimizare psihologică a comunicării	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
6	Comunicarea asertivă	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
7	Aplicații ale ferestrei lui Johari	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
8	Dimensiunea socio-culturală a comunicării	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
9	Factorii psihologici care influențează codul și canalul de comunicare	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
10	Rolul actorilor comunicării din perspectivă psihologică	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
11	Factorii de context și media în psihologia limbajului	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
12	Comunicare și influență socială	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
13	Psihologia manipulării și a supunerii	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici din psihologia limbajului	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2

Bibliografie

Kory Floyd, Comunicarea interpersonală, traducere de Miruna Andriescu, Editura Polirom, Iași, 2013

Alin Gavreliuc, Psihologie interculturală, Editura Polirom, Iași, 2011

Marinescu, V., Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații, București, Editura Tritonic, 2003

Derwin, E. B., de Merode, J., & Shayne, J., Analysis of the media psychology journal content. Unpublished Presentation. Fielding Graduate University, 2006

Giles, D. C., Media psychology. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003

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

Conținutul disciplinei este corelat și subsumat provocărilor practice și concrete instituționale, conform așteptărilor și condițiilor de pe piața muncii, comunicării publice și nevoii de relaționare eficientă cu și prin mass-media.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind psihologia limbajului, analizarea și interpretarea materialului documentar și bibliografic. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a	30

	studiilor de caz abordate, noutatea temei.	subiectelor studiate; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	30 de minute după curs
----------------------------	------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Psihologie și media			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: Lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 35		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 2		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu echipament multimedia
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu echipament multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
6.2 transversale:
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;
CT2. 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:
- capacitatea de analiză și sinteză;
- capacitatea de a empatiza cu mediul social;
- abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut;
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice;
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.
7.2 Obiective specifice:
- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice;
- elaborarea și gestionarea de strategii publicitare;
- aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Definirea conceptelor: psihic, natura psihicului, caracteristicile fenomenelor psihice în contextul mediatic actual	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
2	Specificul psihologic al consumatorului de media: conștient - subconștient – inconștient. Experimentul psihologic	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
3	Imaginea de sine și percepția socială din media asupra imaginii de sine. Influența socială. Context social	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
4	Gândirea critică în media digitală. Activarea cognitivă. Fenomenul Flynn.	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
5	Gândirea și memoria. Particularizarea acestor fenomene psihice în media: Analfabetismul funcțional. Eroarea fundamentală de atribuire	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
6	Senzațiile, percepțiile, reprezentările (mecanismele psihice cognitive senzoriale) în media digitală. Rapiditatea informațiilor și credulitatea. Culorile și percepția timpului	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
7	Imaginație și creativitate prin Internet. Viralizare și „meme”. Fenomemul „selfie”	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
8	Stimularea și energizarea la nivel afectiv-motivațional: emoțiile și amintirile în fotografia de presă premiată cu Pulitzer	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
9	Reglare psihică prin limbaj-gândire-emoție-comportament în media actuală. Discursul și prejudecata grupului, discriminarea	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
10	Individ-persoană-personalitate (interversie/extraversie, deschidere mentală, neuroticism, amabilitate, autonomie,) - grup în spațiul comunicării media. Efectul simplei expuneri	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
11	Relațiile personale și rolul lor în formarea și dezvoltarea personalității reale/mediate (virtuale). Transferul simbolic	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
12	Comportamente pro și anti-sociale în realitate și în media. Campanii civice în online	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
13	Atitudinile sociale – evoluție, implicație la nivel personal și de grup. Facilitarea și frâna socială	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici ale psihologiei media	Prelegere, dezbatere interactivă	-	-	2

Bibliografie

Jeane-Claude Abric, Psihologia comunicării. Teorii și metode, traducere de Luminița și Florin Botoșineanu, Editura Polirom, Iași, 2002

Nicolaus Gueguen, Psihologia manipulării și a supunerii, traducere de Marius Roman, Editura Polirom, Iași, 2007

Gilles Amado, Andre Guittet, Psihologia comunicării în grupuri, traducere de Gabriela Sandu, Editura Polirom, Iași, 2007

Serge Moscovici, Influență socială și schimbare socială, traducere de Irinel Antoniu, Editura Polirom, Iași, 2011

Mihaela Boza, Atitudinile sociale și schimbarea lor, Editura Polirom, Iași, 2010

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Omul nou si noua era digitala: Caracteristici. Portrete. Comportamente de consum	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
2	Argumentarea realității si captivanta tehnologie: Gândirea lenta si gândirea rapidă. Euristici.	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
3	Prelucrările informaționale emoționale in social media: Emoționalitate pozitiva vs. emoționalitate negativă. Impact, consecințe. (sănătatea și boala psihică)	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
4	Creativitatea învățată a internetului și comportamente de consum: vlogurile.	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
5	Social networking: Propaganda, persuasiunea, dependența, conformismul, altruismul, responsabilizarea socială	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
6	Relațiile interpersonale în online: atracția personală, dragostea, fericirea, stima de sine.	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
7	Valoarea educativă a spațiului online – modelarea	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
8	Psihologia manipulării și a supunerii prin media	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
9	Influență psihologică și schimbare socială	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	2	-	2
10	Psihologia și media în comunicarea interculturală	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
11	Atitudinile sociale și schimbarea lor	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
12	Psihologia comunicării interpersonale	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
13	Psihologia genurilor în comunicarea mediatică	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici din psihologia media	Dezbateri interactive, exemplificare, studii de caz, aplicații	-	-	2

Bibliografie

Kory Floyd, Comunicarea interpersonală, traducere de Miruna Andriescu, Editura Polirom, Iași, 2013

Alin Gavreliuc, Psihologie interculturală, Editura Polirom, Iași, 2011

Marinescu, V., Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații, București, Editura Tritonic, 2003

Derwin, E. B., de Merode, J., & Shayne, J., Analysis of the media psychology journal content. Unpublished Presentation. Fielding Graduate University, 2006

Giles, D. C., Media psychology. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003

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

Conținutul disciplinei este corelat și subsumat provocărilor practice și concrete instituționale, conform așteptărilor și condițiilor de pe piața muncii, comunicării publice și nevoii de relaționare eficientă cu și prin mass-media.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind psihologia media, analizarea și interpretarea materialului documentar și bibliografic. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor studiate; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	30 de minute după curs
----------------------------	------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Elaborarea lucrării de licență			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Szekely Eva-Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 0	3.3 activități practice: 8
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 56
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 6		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 6		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 6		
- tutorial: 0		
- examinări: 1		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 19		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
fiecare coordonator de licență le va stabili

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare

documentare.

CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);

CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media clasice și digitale, dinamica acestora și la efectele comunicării medi-atice.

CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.

CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.

CP 2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..

CP 2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.

CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;

CP 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.

CP 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului.

CP 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.

CP 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.

CP 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;

CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.

CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

CP 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau în medierea conflictelor de comunicare.

CP 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere.

CP 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere.

CP 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere.

CP 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare.

CP 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.

6.2 transversale:

Competențe transversale:

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;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii în condițiile evoluției fără precedent a noilor media, în era globalizării și digital-izării

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Obiective generale:

- asigurarea de instrumente valabile pentru comunicarea în mediile tehnologice actuale
- capacitatea de interacțiune în mediul digital;
- capacitatea de a continua dezvoltarea profesională și învățarea pe tot parcursul vieții prin adaptabilitatea dobândită la utilizarea mass-media noi și emergente.
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare și exploatare a informației prin joncțiunea dintre comunicare și tehnologie;
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare

7.2 Obiective specifice:

Obiective specifice:

- asimilarea de cunoștințe despre noile media, în condițiile globalizării și digitalizării și a sporirii continue a interconectării sociale;
- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice în media clasice și în media digitale;
- înzestrarea studenților cu instrumentarul adecvat pentru a performa în comunicarea strategică conform celor mai noi tendințe tehnologice care modelează domeniul media,
- aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare în științe sociale în domeniul relațiilor publice și al publicității;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea abilităților de operare pe platforme digitale în condițiile accesului nelimitat la informații;
- dezvoltarea abilităților de mediator pentru managementul crizelor și conflictelor;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de practică, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Planul lucrării și lista bibliografiei minimale, în acord cu tema/ titlul stabilit. Fiecare coordonator de licență va stabili bibliografia minimală în acord cu domeniul/ tema de cercetare și titlul lucrării, precum și strategii de căutare a bibliografiei suplimentare, de către fiecare student, prin studiu individual, stabilind un număr minim de cărți în format atomic/ tipărit și un număr maxim de linkuri/ surse online. Se vor indica criteriile de căutare și selecție a bibliografiei online și se va preciza cu insistență că nu se va accepta plagiatul. Se va insista pe clarificarea formelor citării și a notelor de subsol. În plus, fiecare coordonator va stabili elemente în acord cu titlul lucrării și bibliografia aferentă	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	În plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	8
2	Delimitarea informațiilor teroretice esențiale în acord cu tema și domeniul de cercetare, necesare pentru pregătirea și desfășurarea cercetării. Stabilirea ipotezei / ipotezelor cercetării, a obiectivelor generale și specifice ale cercetării, precum și a metodelor de cercetare adecvate în acord cu problemele identificate și anticipând posibile soluții. Scrierea capitolului I/ teoretic.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	În plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	8
3	Coordonarea colectării de date adecvate ipotezei/ ipotezelor/ obiectivelor stabilite prin chestionare, anchetă, investigare etc. pentru desfășurarea în bune condiții a unei cercetări specifice (studiu de caz/ proiect/ experiment etc.) în acord cu problemele vs soluțiile anticipate, respectiv descoperite în urma colectării de date.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	În plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	8
4	Inventarierea și prelucrarea datelor cercetării. Stabilirea unor concluzii parțiale în acord/ dezacord cu ipoteza și obiectivele cercetării, respectiv problemele vs soluțiile anticipate și/ sau descoperite. Scrierea capitolului II/ cercetarea/ studiul de caz/ experiment.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	În plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	8
5	Facilitarea unor discuții importante cu membri ai comunității profesionale/ reprezentanți ai angajatorilor în vederea gândirii unor soluții ameliorative pentru problemele identificate.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, experiment, investigare, experiment	În plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	8
6	(Re)Scrierea capitolului teoretic și a celui practic conform cu noile idei/ soluții regândite.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul	În plus, fiecare coordonator de licență va mai	-	8

		individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	stabili metode specifice temei de cercetare		
7	(Re)Asamblarea lucrării ca întreg prin recorelarea părții teoretice cu partea practică/ aplicativă, a ipotezei/ipotezelor de lucru cu concluziile finale.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	8

Bibliografie

Cantitativ:

bibliografia minimală - 10 titluri în format atomic și 10 titluri/ linkuri online

Calitativ:

în plus, fiecare coordonator de licență va stabili titluri/ autori pentru bibliografia minimală în acord cu domeniul/ tema de cercetare și titlul lucrării,

fiecare coordonator de licență va stabili și strategii de căutare a bibliografiei suplimentare, de către fiecare student, prin studiu individual, stabilind un număr minim de cărți de calitate pentru domeniul/ tema respectivă, în format atomic/ tipărit și un număr maxim de linkuri/ surse online se vor indica criteriile de căutare și selecție a bibliografiei online nu se va accepta plagiatul se va insista pe clarificarea formelor citării și a notelor de subsol

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

fiecare coordonator de licență va gândi planul lucrării de licență și activitatea studentului corelată cu practica de specialitate, piața muncii și problemele comunității (profesionale), în vederea unei mai ușorare și eficiente încadrări ulterioare a studentului

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	în acord cu detaliile de la conținutul activităților practice respectând structura/ planul lucrării și al cercetării impuse/ propuse conform obiectivelor cercetării stabilite în comun de student și coordonator	discuții, dezbateri, capitole periodic scrise/ corectate/ recorectate, experiment, studiu de caz, joc de rol	60
Evaluare finală			
- examen teoretic final	respectarea termenelor și depunerea lucrării conform planului stabilit	lectura/ relectura lucrării, ortografia, punctuația, normele citării și antiplagiat	20
- examen practic final	susținerea practică a lucrării de licență	expunere, prelegere, prelegere cu oponent, power point, dezbateri, conversație euristică și de verificare, panel	20

Standard minim de performanță:

I. Planul și structura lucrării pe minim 6 părți:

1. argumentarea alegerii temei/ a domeniului/ a titlului,
2. capitolul teoretic,
3. capitolul practic (studiu de caz, proiect, experiment realizat în urma unei cercetări)
4. concluzii
5. bibliografie
6. anexe

II. Bibliografia minimală - 10 titluri

III. Număr minim de pagini 40 - scrise la distanță/ paragraf de 2 rânduri, Times New Roman

IV. Proba de plagiat trecută

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva- fiecare coordonator de licență va trimite programul de consultații Directorului de

Monica	departament
--------	-------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în management			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr On Angela			
2.3 Titularul activităților practice: Lect. dr. On Angela			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 6		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Nu e cazul
4.2 de competențe: Nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu tehnologia necesară prezentării sistematizate a cursului
5.2 a activităților practice: Prezența obligatorie a studenților; Tehnologia disponibilă pentru prezentarea aplicațiilor și studiilor de caz

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1. Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile/organizațiile private și publice; C2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la probleme economico-financiare; C6. Aplicarea deciziilor financiare în cadrul entităților/organizațiilor private și publice;
6.2 transversale: CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

7.1 Obiectivul general:
Obiectivul disciplinei este crearea unui fundament teoretic și practic în domeniul managementului, prin înțelegerea mecanismelor de exercitare a conducerii la nivelul organizațiilor și a subsistemelor acestora.
7.2 Obiective specifice:
Asimilarea noțiunilor de bază privind organizațiile și managementul acestora; Înțelegerea noțiunii de performanță managerială;
Transpunerea în modele matematice a unor situații decizionale.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	INTRODUCERE ÎN MANAGEMENT Concepte de bază. Definiții. Managementul între știință și artă Clasificarea organizațiilor Managerii organizațiilor: tipuri, roluri manageriale, aptitudini	Prelegere	-	-	2
2	EVOLUȚIA TEORIEI ȘI PRACTICII MANAGERIALE Școlile de management și contribuția lor la dezvoltarea managementului Managementul tradițional (clasic) Managementul modern	Prelegere	-	-	2
3	MEDIUL EXTERN AL ORGANIZAȚIEI Abordări ale mediului Forțele mediului extern al organizațiilor Adaptarea organizației la mediul său extern	Prelegere	-	-	2
4	PERFORMANȚA MANAGERIALĂ ȘI RESPONSABILITATEA SOCIALĂ Eficacitatea și eficiența în management Responsabilitatea socială managerială Etica profesională în management	Expunere	-	-	2
5	FUNCȚIILE MANAGERIALE Funcția managerială de previziune Managementul strategic	Expunere	-	-	2
6	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE ORGANIZARE Organizarea formală și informală Subdiviziunile organizatorice Tipuri de configurații structurale și funcționarea acestora	Prelegere	-	-	2
7	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE COORDONARE Comunicarea managerială Rețele și tipuri de comunicare Decizia managerială și comunicarea	Prelegere	-	-	2
8	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE ANTRENARE Motivarea ca suport al antrenării Teorii motivaționale	Prelegere	-	-	2
9	LEADERSHIP-UL ȘI MANAGEMENTUL Raportul management-leadership Tipuri de lideri. Rolurile liderilor organizaționali Stiluri de leadership	Expunere	-	-	2
10	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE CONTROL Sistemul și procesul de control Tehnici de control	Prelegere	-	-	2
11	INSTRUMENTE SPECIFICE DE MANAGEMENT Analiza diagnostic - Concept. Etape de desfășurare Metode de investigare folosite în analiza diagnostic Ședința - Metodologia desfășurării și conducerii ședinței	Expunere	-	-	2
12	INSTRUMENTE SPECIFICE DE MANAGEMENT Delegarea de autoritate Tabloul de bord Metode de stimulare a creativității	Expunere	-	-	2

13	CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ Forme de manifestare a culturii organizaționale Cultura managerială. Orientarea și diversitatea culturală	Expunere	-	-	2
14	TENDINȚE ALE MANAGEMENTULUI CONTEMPORAN Abordări actuale manageriale	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

1. Bennis Warren, Nanus Burt (2000), Liderii. Strategii pentru preluarea conducerii, Editura Business Tech International Press, București;

2. Burduș E., Popa I.(2018), Metodologii manageriale, Ed. Pro Universitaria;

3. Cole A Gerald (2004), Management. Teorie și practică, Editura Poligrafică Știința, Chișinău;

4. Dalota M.D., Baragan L.G.,(2020), Management general, Ed. Pro Universitaria;

5.Deac Vasile (coord.)(2020), Management, Editura ASE, București;

6.Dumitrașcu D., Nicolescu O.,Popa I. (2017)(coordonatori), Studii de caz relevante privind managementul organizațiilor din România, Ed. Pro Universitaria;

7. Vlăsceanu Mihaela (2003), Organizații și comportament organizațional, Editura Polirom, București;

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Rolurile manageriale Decizia și procesul decizional.	Discuții, dezbateri Aplicații – metoda utilității globale	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
2	Adaptarea organizației la influențele mediului Modelul ELECTRE	Prezentare referate; Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
3	Organizarea formală și informală Decizia în condiții de risc – modelul aditiv	Prezentare referate; Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
4	Comunicarea managerială Decizia de risc – arborele decizional	Prezentare referate; Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
5	Leadership-ul organizațional. Lideri actuali Decizia în condiții de incertitudine	Prezentare referate; Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
6	Delegarea de autoritate și Brainstormingul Aplicații: Decizia de grup	Prezentare referate; Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
7	Diversitatea culturală în organizații Practici manageriale contemporane	Prezentare referate; Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4

Bibliografie 1.Burduș E., Popa I. (2018), Metodologii manageriale, Ed.Pro Universitaria; 2. Deac V. (2020), Management, Editura ASE, București; 3. Dumitrașcu D., Nicolescu O., Popa I., (2017)(coordonatori), Studii de caz relevante privind managementul organizațiilor din România, Ed. Pro Universitaria; 4. Iacob D., Cismaru D. (2003), Organizația inteligentă, Editura Comunicare.ro, București; 5. Mihuț I., (coord.) (1998), Management, Editura Universității „1 Decembrie 1918” Alba Iulia; 6. On Angela (2020), Management - suport pentru seminar, FED, UMFST;					
--	--	--	--	--	--

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

Conținutul disciplinei este în măsură să îi familiarizeze pe studenți cu aspectele esențiale ale organizării și funcționării eficiente a organizațiilor, atât prin abordarea teoretică, cât și prin aspectele practice, concrete pe care le tratează.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluare parțială teorie	Test scris - timp limitat	20

- în timpul activității practice	Rezolvarea unei aplicații decizionale	Test scris - timp limitat	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Asimilarea noțiunilor teoretice predate	Test scris, elaborat în timp limitat, cu întrebări tip grilă	30
- examen practic final	Rezolvarea unor probleme decizionale	Test scris, timp de rezolvare limitat	30
Standard minim de performanță: Obligativitatea de a participa la toate seminariile. Nota minimă de promovare a examenului este 5 (rezultă din compunerea evaluării pe parcurs și a evaluării finale).			

11. Orar consultații studenți

Lect dr On Angela	30 de minute după fiecare activitate practică
-------------------	---

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în marketing			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Niță Aurel Mircea			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Niță Aurel Mircea			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 25		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 10		
- examinări: 9		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Comunicare
4.2 de competențe: Înțelegerea fenomenului economic la nivel macro și micro

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector, laptop, planșe, acces Internet, cont student O365 & Blackboard
5.2 a activităților practice: Video-proiector, laptop, planșe, acces Internet, cont student O365 & Blackboard, materiale suport fizic & digital

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. CP 3.2 Tratatul comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
6.2 transversale: 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; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Înțelegerea importanței consumatorului în economia de piață, formarea cererii, cunoașterea și gestionarea elementelor mix-ului de marketing.

7.2 Obiective specifice:

Analiza-diagnostic a mediului de marketing, cunoașterea pieței, demersul de segmentare a consumatorilor și poziționare, descrierea profilului cumpărătorului potențial, calcularea cotelor de piață și descrierea poziției concurențiale, realizarea de cercetări directe și indirecte, cunoașterea politicilor de produs, distribuție, promovare și preț

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Marketingul și rolul său în economie - Conceptul de marketing, Evoluția marketingului, Atitudinea de marketing, Funcțiile marketingului, Domenii de aplicare a marketingului.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2
2	Mediul de marketing al organizației - Conceptul de mediu demarketingului și influențele sale, Micromediul de marketing, Macromediul de marketing, Diagnosticul strategic de mediu.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
3	Piața în abordarea de marketing - Procesul de formare a cererii, Tipuri de piață, dimensionarea piețelor, Fenomenul de segmentare și implicațiile sale, Opțiuni strategice în funcție de segmentele țintă.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
4	Cercetarea de marketing - Cercetarea și sistemul informațional demarketing, Metode și tehnici fundamentale de cercetare, Chestionarul- suportul studiului de marketing.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2
5	Comportamentul consumatorului - Consumul-sfarșit și început al fenomenului economic, Nevoile – elemente determinate ale motivației consumatorului, Factorii de influență a comportamentului consumatorului, Procesul de luare a deciziei de cumpărare a unui produs, Specificul cumpărătorilor organizaționali.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
6	Conceptul și politica de produs – Produsul - dimensiunea holistică, Importanța mărcii și brandingul, Ciclul de viață al produselor – abordări și implicații, Alternative în politica de produs.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
7	Politica de distribuție - Distribuția – plasarea produselor în spațiu și timp, Canalul de distribuție, Importanța intermediarilor, Serviciile logistice.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2
8	Promovarea și conceptul de comunicare integrată - Rolul promovării în mix-ul de marketing, Mix-ul de comunicare - Reclamă & Publicitate, Promovarea vânzărilor, PR, Vânzarea personală, Avantajele și riscurile mijloacelor de promovare, Elemente de e-marketing	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
9	Politica de preț – Relația preț-valoare, Obiectivele și opțiunile urmărite prin preț Factorii de influență a deciziilor cu privire la preț, Sensibilitatea consumatorilor la preț.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
 Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
 Ciucan-Rusu, L., Marketing – Note de curs, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Culegere de teste pentru licența, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Kotler, P.; Armstrong, G., Principles of Marketing 17 th ed, Pearson, 2017;
 Prutianu, Ș.; Anastasiei, B.; Jijie, T., Cercetarea de marketing, Polirom, București, 2005;
 Marder, E., Comportamentul Consumatorilor, Teora, București, 2002;
 Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Teora, București, 1999;
 Tripon, A.; Șimon, A.; Ciucan-Rusu, L., Agenda managerului în marketing, Petru Maior, Tîrgu-Mureș, 2003;

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Atitudinea de marketing în organizații. Etica și responsabilitatea managerială. Oportunități și amenințări în mediul demarketing.	dezbateră, prezentarea	-	-	4
2	Indicatori de dimensionare a piețelor. Segmentele de piață, B2C	dezbateră, studiul de caz, exerciții	-	-	4
3	Motivația consumatorului. Analiza procesului de cumpărare a unui produs.	dezbateră, prezentarea, studiul de caz, proiect de grup	-	-	4
4	Mix-ul de marketing, elemente de analiză	dezbateră, prezentarea, studiul de caz	-	-	4
5	Ciclul de viață - implicații de business.	dezbateră, prezentarea, studiul de caz	-	-	4
6	Reclamă și publicitate - promovare online	Aplicație practică, proiect de grup	-	-	4
7	Soluții de preț pentru marketing	dezbateră, prezentarea, studiul de caz	-	-	4

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
Ciucan-Rusu, L., Marketing – Note de curs, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
Culegere de teste pentru licența, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
Kotler, P.; Armstrong, G., Principles of Marketing 17 th ed, Pearson, 2017;
Prutianu, Ș.; Anastasiei, B.; Jijie, T., Cercetarea de marketing, Polirom, București, 2005;
Marder, E., Comportamentul Consumatorilor, Teora, București, 2002;
Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Teora, București, 1999;
Tripon, A.; Șimon, A.; Ciucan-Rusu, L., Agenda managerului în marketing, Petru Maior, Tîrgu-Mureș, 2003;

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

Colaborare cu Asociația Absolvenților UMFST, mijlocitor de comunicare cu mediul organizațional, profesioniști invitați la curs și seminar, proiecte comune

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea conceptelor cheie, capacitatea de a diferenția și calcula indicatorii de măsurare ai pieței (cota de piață absolută și relativă), realizarea segmentării pieței și stabilirea profilului consumatorilor, elaborarea unei cercetări de marketing, identificarea factorilor care influențează comportamentul consumatorului, conceperea mix-ului de marketing al unei firme.	test parțial	40
- în timpul activității practice	Implicare și rezultate practice.	Prezentare referat / proiect, soluționare probleme.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de bază din marketing: elementele mediului, piață – cerere/ofertă, cercetarea de marketing, comportamentul consumatorilor, mix-ul de marketing, managementul ofertei.	evaluare orală	30
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Cunoașterea conceptelor cheie, capacitatea de a diferenția și calcula indicatorii de măsurare ai pieței (cota de piață absolută și relativă), realizarea segmentării pieței și stabilirea profilului consumatorilor, elaborarea unei cercetări de marketing, identificarea factorilor care influențează comportamentul consumatorului, conceperea mix-ului de marketing al unei firme.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Niță Aurel Mircea	In timpul orelor de curs / seminar
---------------------------	------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Marketing online			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Varga Elena-Iulia			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Varga Elena-Iulia			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 30		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 2		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Nu este cazul
4.2 de competențe: Nu este cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector, laptop, materiale suport
5.2 a activităților practice: Video-proiector, laptop, materiale listate (fișe, studii de caz)

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării - 2 ECTS CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate. CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) - 2 ECTS CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice - 2 ECTS
--

CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

6.2 transversale:

-

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Marketingul online presupune adaptarea politicilor și a strategiilor unei companii la noile tehnologii din domeniul IT&C, înțelegerea impactului Internetului și a serviciilor online. Acest curs urmărește pregătirea studenților pentru noua societate informațională în care activitățile firmelor sunt în principal digitale, nu depind de un anumit timp și spațiu, sunt interactive și orientate către satisfacerea la cel mai înalt grad a nevoilor și cerințelor consumatorilor.

7.2 Obiective specifice:

- asimilarea cunoștințelor teoretice și practice necesare înțelegerii importanței noilor tehnologii asupra mediului de afaceri și implicit asupra marketingului;
- explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor marketingului online;
- evidențierea particularităților mixului de marketing online;
- dezvoltarea abilității studenților de a realiza și prezenta proiecte.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în marketingul online. Marketingul clasic versus marketingul online.	Prezentare, dezbatere	-	-	2
2	Internetul - mediu de marketing și de comunicare	Expunere, problematizare, dezbatere	-	-	2
3	Cercetarea de marketing în mediul online	Prezentare, problematizare, dezbatere	-	-	2
4	Comportamentul consumatorului în mediul online – Tipologii de clienți în mediul online, factori de influență, grad de implicare și raport de putere	Expunere, problematizare, dezbatere, argumentare	-	-	4
5	Analiza și dezvoltarea avatarului de client și customer journey	Expunere, problematizare, dezbatere, argumentare	-	-	2
6	Mix-ul de marketing în mediul online. Strategia de produs. Strategia de plasare. Strategia de promovare. Strategia de preț.	Prezentare, problematizare, dezbatere	-	-	8
7	Strategia de marketing online - Cum să construiești o campanie de marketing online	Expunere, problematizare, dezbatere	-	-	4
8	Măsurarea eficienței campaniilor de marketing online	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
9	M-marketing - specificul strategiilor de marketing pentru tehnologiile mobile	Expunere, problematizare, dezbatere	-	-	2

Bibliografie

1. Iulia Varga - suport curs "Marketingul online" - 2022, disponibil pe platforma BlackBoard/Teams
2. Costinel Dobre, Anca-Maria Milovan - Marketing online si social media, Editura C.H. Beck, 2019
3. Seth Godin - Asta înseamnă marketing, Editura Publica, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Dezvoltarea prezenței web a unei companii	Expunere, problematizare, dezbatere, argumentare	-	-	2
2	Analiza site-ului web a unei companii - model de afacere, design pagini, conținut, calitatea și cantitatea informației, funcționalitate, optimizare telefon mobil, user experience	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
3	Strategia și dezvoltarea unui plan de marketing online	Expunere, problematizare, dezbatere, argumentare	-	-	4
4	SEO - Optimizarea motoarelor de căutare și SEM - Marketingul motoarelor de căutare	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
5	E-mail marketing	Prezentare, studiu de caz	-	-	2

6	SMM - social media marketing	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
7	Blog-uri și Forumuri	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
8	Marketing prin influenceri	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
9	Marketingul afiliat	Prezentare, studiu de caz	-	-	2
10	Prezentarea de proiecte care implică utilizarea instrumentelor discutate la curs și seminar	Prezentare proiecte	-	-	8

Bibliografie

1. Iulia Varga - suport curs "Marketingul online" - 2022, disponibil pe platforma BlackBoard/Teams
2. Costinel Dobre, Anca-Maria Milovan - Marketing online si social media, Editura C.H. Beck, 2019
3. Seth Godin - Asta înseamnă marketing, Editura Publica, 2019

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

Temele abordate sunt de actualitate, putând fi utilizate în orice unitate de producție sau de prestări servicii din țară sau din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoașterea noțiunilor și conceptelor fundamentale specifice mediului online și marketingului electronic	Test scris + implicare pe parcursul întâlnirilor	10
- în timpul activității practice	Implicarea în dezbaterile privind temele abordate la curs și seminar, respectiv implementarea conceptelor / strategiilor discutate într-un proiect practic.	Susținerea unui proiect, conform planificării realizate la începutul modului.	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Dobândirea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei.	Test scris/online	40
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor prezentate la cursuri și la seminarii. Prezentarea proiectului.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Varga Elena-Iulia	Luni 14-16
---------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Management de Social media			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelecan Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Cistelecan Alexandru			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 30		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 30		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa aiba proiector
5.2 a activităților practice:
Sala sa aiba proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
(C1.1) Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
(C1.4) Identificarea și descrierea mediului comunicational în care conținuturile multimedia sunt produse și distribuite la nivel local, național și global
(C2.2) Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare
(C2.3) Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media digitală în funcție de contextul comunicațional și de produsul media

6.2 transversale: CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Întelegerea fenomenului social media
7.2 Obiective specifice: Deprinderea bunelor practici în domeniul social media

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Ce este managementul?	Prelegere, problematizare	-	-	4
2	Managementul digital	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4
3	Apariția și evoluția social media	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4
4	Forme actuale de social media	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4
5	Managementul profilului personal pe social media	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4
6	Managementul paginilor oficiale pe social media	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4
7	Probleme și provocări ale managementului social media	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4

Bibliografie

Amy van Looy, Social media management : using social media as a business instrument, Springer, 2022
Johan Ninan (ed.), Social Media for Project Management, CRC Press, 2022

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Semnificațiile managementului	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
2	Managementul digital	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
3	Managementul pe Facebook	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
4	Managementul pe Twitter	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
5	Managementul pe TikTok	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
6	Viitorul rețelelor de socializare și sfârșitul preistoriei umanității	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
7	Managementul încotro?	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4

Bibliografie

Jeremy Harry Lipschulz, Social Media Measurement and Management, Routledge, 2019

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

Disciplina răspunde așteptărilor angajatorilor în domeniu

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			

- la curs	Prezenta si participarea la discutii	Discutii	20
- în timpul activității practice	Prezentari, participarea la discutii	Prezentari, discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea conceptelor si cazurilor discutate	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Insusirea conceptelor de baza			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Joi 19-20
------------------------------	-----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Social media și societatea			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Cistelean Alexandru			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 17		
- tutorial: 3		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa aiba proiector
5.2 a activităților practice:
Sala sa aiba proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
(C1.1) Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
(C1.4) Identificarea și descrierea mediului comunicational în care conținuturile multimedia sunt produse și distribuite la nivel local, național și global
(C2.2) Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare
(C2.3) Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media digitală în funcție de contextul comunicațional și de produsul media
(C3.1) Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia
(C5.5) Elaborarea unui proiect de produs/sistem digital ținând cont de contextul tehnologic, social și economic

6.2 transversale: CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Întelegerea evoluției social media și implicațiile ei sociale
7.2 Obiective specifice: Deprinderea utilizării social-media în vederea binelui comun

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Societatea pre-digitalizare. Introducere istorică	Prelegere, problematizare	-	-	4
2	Apariția rețelelor de socializare	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
3	Evoluția rețelelor de socializare. Inovație, monopol, faliment	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
4	Cazul Facebook	Problematizare, discuții dirijate	-	-	2
5	Cazul Twitter	Problematizare, discuții dirijate	-	-	2
6	Cazul Tik-Tok	Problematizare, discuții dirijate	-	-	2
7	Efectele sociale ale rețelelor de socializare	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4
8	Fake news, dezinformare, isterie de masă	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	2
9	Ideologia în epoca rețelelor de socializare	Problematizare, studii de caz	-	-	2
10	Forme de mobilizare civică pe rețelele de socializare	Problematizare, studii de caz	-	-	2
11	'General Intellect' și alienare	Prelegere, problematizare	-	-	2
12	Viitorul social media și impactul asupra societății	Prelegere, problematizare	-	-	2
Bibliografie Shakuntala Banaji, Ramnath Bath, Social Media and Hate, CRC Press, 2022 Jeremiah Morelock, Felipe Ziotti Narita, The Society of the Selfie, University of Westminster Press, 2021					

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Primele forme de social media	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
2	Fenomenul MySpace	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
3	Fenomenul Facebook	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
4	Fenomenul Twitter	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
5	Fenomenul TikTok	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
6	Efectele sociale ale social-media	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
7	Reaproprierea comunului și socializarea rețelelor de socializare	Prelegere	-	-	2
Bibliografie Rob Singleton, Overliked: Finding Direction, Courage, and Meaningful Relationships in a Society Crippled by Social Media, Greenleaf Book Group Press, 2021 Anastasia Denisova, Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts, Routledge, 2019					

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor

profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Disciplina raspunde astaptarilor angajatorilor si asociatiilor din domeniu

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Atentie si participare la discutii	Discutii	20
- în timpul activității practice	Prezentari, participarea la discutii	Prezentari si discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea notiunilor si cazurilor discutate	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Insusirea conceptelor de baza			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Joi 19-20
------------------------------	-----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Sociologia mass-media			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Prof Dr. Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 4		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet
5.2 a activităților practice: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

6.2 transversale:
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;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Familiarizarea studenților cu principalele paradigme utilizate la ora actuală în analiza comunicării de masă.
7.2 Obiective specifice:
Formarea abilităților de analiză și interpretare sociologică a comunicării de masă.
Dezvoltarea capacității de a analiza și evalua strategii și procese de comunicare de masa.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Mass-media și construcția socială a realității	Prelegere interactivă, prezentarea PPT	-	-	4
2	Comunicarea de masă	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
3	Roluri și funcții ale instituțiilor media în societate	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
4	Inflația de știri vizuale și voyeurismul virtual	Prelegerea interactivă, Explicația	-	-	4
5	Patologii comunicaționale: manipulare și intoxicare	Explicația, prezentarea PPT	-	-	4
6	Comunitățile de fani și internetul	Prelegerea interactivă, Explicația	-	-	4
7	Fenomenul fake news în massmedia	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie

- Albornoz, Luis A. (2015). Power, media, culture: A critical view from the political economy of communication, London: Palgrave Macmillan
- Beciu, Camelia (2013) Spațiul public în societatea informațională. Impactul noilor tehnologii de comunicare, www.acad.ro/pro_pri/doc/st_c03.doc
- Botnar, Ludmila (2022) Noile tehnologii media în educația nonformală, Vol. Metodologii contemporane de cercetare și evaluare, Chișinău, disponibil https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/154542
- 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
- Dubovca, Nina (2020) Fenomenul fake news în massmedia, în Analele Științifice ale Universității de Stat din Moldova, disponibil https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/111964
- Rusu, Liliana (2016) Noile media – aspecte definitorii, în Valori ale mass-mediei în epoca contemporană Volumul VI, Chișinău, disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/139272

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Evoluția sistemelor de comunicare în masă	Dezbateră, studii de caz	-	-	2
2	Comunicarea bazată pe text vs comunicarea bazată pe imagini	Dezbateră, studii de caz	-	-	2
3	Rolul comunicării în dinamizarea grupurilor	Dezbateră, studii de caz	-	-	2
4	Consumul media - diferențe educaționale și generaționale	Dezbateră, studii de caz	-	-	2
5	Mass-media și opinia publică	Dezbateră, studii de caz	-	-	2
6	Comportamente non-raționale de masă și relația cu mass-media	Dezbateră, studii de caz	-	-	2

7	Old media și new media	Dezbateră, studii de caz	-	-	2
---	------------------------	--------------------------	---	---	---

Bibliografie
Bibliografie
 • Alborno, Luis A. (2015). Power, media, culture: A critical view from the political economy of communication, London: Palgrave Macmillan
 • Beciu, Camelia (2013) Spațiul public în societatea informațională. Impactul noilor tehnologii de comunicare, www.acad.ro/pro_pri/doc/st_c03.doc
 • Botnar, Ludmila (2022) Noile tehnologii media în educația nonformală, Vol. Metodologii contemporane de cercetare și evaluare, Chișinău, disponibil https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/154542
 • 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
 • Dubovca, Nina (2020) Fenomenul fake news în massmedia, în Analele Științifice ale Universității de Stat din Moldova, disponibil https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/111964
 • Rusu, Liliana (2016) Noile media – aspecte definitorii, în Valori ale mass-mediei în epoca contemporană Volumul VI, Chișinău, disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/139272

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, 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.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor, analizarea și interpretarea materialului documentar, exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită problemă legată de societate și mediul digital	Evaluare formativă, orală - dialogul, conversația	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ proiect din tematica disciplinei. Identificarea problemelor din organizații și antrenarea în găsirea de soluții.	Evaluare formativă - susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluare scrisă. Rezolvarea subiectelor de examen.	Test grilă cu întrebări închise și deschise.	50
- examen practic final	Nu e cazul	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen; întocmirea unui portofoliu de documente cu termen de predare cel târziu la ultimul seminar programat.

Promovarea examenului se face numai prin rezolvarea corectă a cel puțin o treime din grilele testului scris.

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	Martea 18-18,30
-----------------------------	-----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Sociologia comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Prof Dr. Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 4		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet
5.2 a activităților practice: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

6.2 transversale:
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;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Înțelegerea și interiorizarea particularității perspectivei sociologice asupra comunicării.
Familiarizarea studenților cu principalele paradigme utilizate la ora actuală în analiza comunicării.
7.2 Obiective specifice:
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

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea ca proces social	Prelegere interactivă, prezentarea PPT	-	-	4
2	Funcțiile comunicării	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
3	Tipuri de comunicare	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
4	Comunicarea – instanță structurantă a spațiului social: audiența	Prelegerea interactivă, Explicația	-	-	4
5	Comunicarea ca proces de influență	Explicația, prezentarea PPT	-	-	4
6	Comunicarea și cultura corporatistă	Prelegerea interactivă, Explicația	-	-	4
7	Comunicarea și reprezentările de gen	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie

- Beciu, Camelia (2011) Sociologia comunicării și a spațiului public, Polirom, Iași
- Chelcea Septimiu, Ivan Loredana, Chelcea Adina (2008) Comunicarea non-verbală: gesturile și postura, București: comunicare.ro
- Chiribucă, Dan (2013) Communication: theories, frameworks and processes, Eikon, Cluj-Napoca
- Flichy, Patrice (1999) O istorie a comunicării moderne, Polirom, Iași
- Iacob, Anisia Alis (2018) Comunicarea. O analiză a întâlnirii, în Revista de Filosofie Aplicată, Volume 1, Issue 1, disponibil <http://filosofieaplicata.ro/index.php/filap/article/view/5>
- Pânișoară, Ian-Ovidiu (2015) Comunicarea eficientă, Polirom, Iași
- Vieru, Liliana (2020) Obiective strategice și priorități în comunicarea instituțională, în Intellectus 3-4, disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/7-10_60.pdf
- Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) (1993) Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Practici actuale ale scrisului și comunicării	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
2	Comunicarea științifică în contextul accesului deschis la informație	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
3	Comunicarea eficientă	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
4	Obiective strategice și priorități în comunicarea instituțională	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
5	Provocările comunicării în epoca contemporană	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
6	Arta de a comunica în management	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2

7	Comunicarea interculturală	Dezbateri, studii de caz	-	-	2
---	----------------------------	--------------------------	---	---	---

Bibliografie
Bibliografie
• Beciu, Camelia (2011) Sociologia comunicării și a spațiului public, Polirom, Iași
• Chelcea Septimiu, Ivan Loredana, Chelcea Adina (2008) Comunicarea non-verbală: gesturile și postura, București: comunicare.ro
• Chiribucă, Dan (2013) Communication: theories, frameworks and processes, Eikon, Cluj-Napoca
• Flichy, Patrice (1999) O istorie a comunicării moderne, Polirom, Iași
• Iacob, Anisia Alis (2018) Comunicarea. O analiză a întâlnirii, în Revista de Filosofie Aplicată, Volume 1, Issue 1, disponibil <http://filosofieaplicata.ro/index.php/filap/article/view/5>
• Pânișoară, Ian-Ovidiu (2015) Comunicarea eficientă, Polirom, Iași
• Vieru, Liliana (2020) Obiective strategice și priorități în comunicarea instituțională, în Intellectus 3-4, disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/7-10_60.pdf
• Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) (1993) Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, 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.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor, analizarea și interpretarea materialului documentar, exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită problemă legată de societate și mediul digital	Evaluare formativă, orală - dialogul, conversația	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ proiect din tematica disciplinei. Identificarea problemelor din organizații și antrenarea în găsirea de soluții.	Evaluare formativă - susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluare scrisă. Rezolvarea subiectelor de examen.	Test grilă cu întrebări închise și deschise.	50
- examen practic final	Nu e cazul	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen; întocmirea unui portofoliu de documente cu termen de predare cel târziu la ultimul seminar programat. Promovarea examenului se face numai prin rezolvarea corectă a cel puțin o treime din grilele testului scris.			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	Martea 18-18,30
-----------------------------	-----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2022 - 2023

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și media emergente

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Sociologia digital media			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Profesor Dr. Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 4		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet
5.2 a activităților practice: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

6.2 transversale:
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;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Formarea capacităților de raportare obiectivă la societatea digitalizată, de sesizare a priorităților și diagnosticare a problemelor din cadrul acesteia.
7.2 Obiective specifice:
Dezvoltarea abilității de analiză a unei vieți intense pe social-media și reflectarea în teoria socială,
Dezvoltarea capacității de reflecție asupra modului în care media digitală a schimbat procesele realității.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Conectivitatea extinsă în diverse domenii sociale	Prelegere interactivă, prezentarea PPT	-	-	4
2	Dispozitive inteligente și locuințe digitalizate	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
3	Comunicații între ființe umane și între obiecte create de om	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4
4	Tehnologii participative și oportunitățile de exprimare	Prelegerea interactivă, Explicația	-	-	4
5	Tehnologia și imaginea de sine on-line	Explicația, prezentarea PPT	-	-	4
6	Emoțiile și accentuarea violenței sub protecția anonimatului	Prelegerea interactivă, Explicația	-	-	4
7	Inegalități socioeconomice și abilități digitale	Conversația euristică, prezentarea PPT	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie

1. Athique, A. (2013) Digital Media and Society: An Introduction, Polity Press, <https://www.wiley.com/en-us/Digital+Media+and+Society%3A+An+Introduction-p-9780745680668>
2. Katzer, C (2018) Cyberpsihologia. Viața în rețea, Ed. All, București.
3. Lindgren, S. (2017) Digital Media and Society, SAGE Publications Ltd
4. Rohlinger, D.& Sobieraj, S. editors (2020) The Oxford Handbook of Digital Media Sociology, Oxford University Press, <https://academic.oup.com/edited-volume/35410>
5. Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) (1993) Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Internetul și noul sistem de coordonare a acțiunilor sociale	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
2	Internetul ca scenă virtuală	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
3	Viața în rețea, între fantezie și realitate	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
4	Cybermobbing	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
5	Războaiele digitale	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
6	Media digitală în mobilizările anti-corupție	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2
7	Vocea și vizibilitatea femeilor în arena digitală	Dezbaterea, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie

1. Athique, A. (2013) Digital Media and Society: An Introduction, Polity Press, <https://www.wiley.com/en->

us/Digital+Media+and+Society%3A+An+Introduction-p-9780745680668
 2. Katzer, C (2018) Cyberpsihologia. Viața în rețea, Ed. All, București.
 3. Lindgren, S. (2017) Digital Media and Society, SAGE Publications Ltd
 4. Rohlinger, D.& Sobieraj, S. editors (2020) The Oxford Handbook of Digital Media Sociology, Oxford University Press, <https://academic.oup.com/edited-volume/35410>
 5. Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) (1993) Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București.

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului digital.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor, analizarea și interpretarea materialului documentar, exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită problemă legată de societate și mediul digital	Evaluare formativă, orală - dialogul, conversația	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ proiect din tematica disciplinei. Identificarea problemelor din organizații și antrenarea în găsirea de soluții.	Evaluare formativă - susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluare scrisă. Rezolvarea subiectelor de examen.	Test grilă cu întrebări închise și deschise.	50
- examen practic final	Nu e cazul	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen; întocmirea unui portofoliu de documente cu termen de predare cel târziu la ultimul seminar programat. Promovarea examenului se face numai prin rezolvarea corectă a cel puțin o treime din grilele testului scris.			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	Martea 18-18,30
-----------------------------	-----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice