

Name of Subject: FUNDAMENTELE COMUNICĂRII MEDIATICE			
Year of study: MA- 1st year	Semester: 1st	Course and Seminar	ECTS: 10
No. of weeks: 14		No. of hours/week: 2	
<p>Skills and Competences:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Cunoștințe de bază despre modelele și teoriile specifice comunicării mediatice * Înțelegerea specificului comunicării mediatice * Aplicarea cunoștințelor teoretice pentru a produce discursuri specifice mass media * Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific/centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane- instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională). Manifestarea unei atitudini responsabile și pozitive față de jurnalism de televiziune, promovarea valorilor profesiei de jurnalist și aplicarea principiilor deontologice ale profesiei, valorificarea creativității individuale în producția de discursuri jurnalistice, deschidere față de utilizarea celor mai noi tehnologii digitale în actul jurnalistic, autoinvestirea continuă în dezvoltarea abilităților specifice jurnalistului de televiziune. * identificarea unor obiective specifice de realizat, a resurselor disponibile, a condițiilor de implementare și a etapelor, termenelor, timpilor conform ghidului studentului * utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată de calculator (calculator, tablă interactivă, tutoriale video, portal educațional, etc.) * Aplicarea tehnicilor de comunicare interpersonală în eficientizarea muncii în echipă * Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii * Sunt analizate critic produse mediatice * Sunt discutate aspecte etice ale jurnalismului 			
<p>Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Dezvoltarea de competențe profesionale în domeniul comunicării mediatice: <ul style="list-style-type: none"> -formarea unei culturi generale in domeniul jurnalismului -formarea aparatului conceptual specific jurnalismului -formarea abilităților specifice comunicării mediatice * Cursul promovează următoarele valori și atitudini cognitive: <ul style="list-style-type: none"> -gândire critică și convergentă -gândire autocritică și convergentă -disponibilitate pentru dialog și dezbateri -interesul pentru interogația reflexivă -curiozitatea și interesul pentru problematica etică a jurnalismului -coerență și rigurozitate de gândire și acțiune în jurnalism 			

1. Asimilarea cunoștințelor teoretice privind jurnalismul

2. Asimilarea cunoștințelor practice privind jurnalismul

3. Utilizarea cunoștințelor teoretice și practice asimilate în realizarea de discursuri publicistice

Cursul vizează deopotrivă jurnalismul ca activitate teoretică și ca activitate practică. Acest curs își propune să formeze următoarele competențe specifice:

- capacitatea de a identifica și distinge discursuri jurnalistice față de alte discursuri concurente în spațiul analogic și digital
- utilizarea instrumentelor de analiză și interpretare specifice jurnalismului pentru caracterizarea teoretică generală și aplicată a unor probleme specifice diverselor tipuri de medii de comunicare în masă;
- explicarea unor fenomene, procese, evenimente specifice jurnalismului prin intermediul modelelor de analiză și interpretare propuse;
- interpretarea unor diferite puncte de vedere, precum și a rezultatelor unei analize sau cercetări în domeniu din perspectiva teoretică a jurnalismului;
- realizarea unor conexiuni între cunoștințele, deprinderile și abilitățile dobândite prin studiul comunicării în general și a jurnalismului în mod specific și aplicarea acestora în soluționarea și evaluarea unor situații problematice.

Contents:

Course and Seminar:

*Comunicarea – proces de influențare socială (I)

- Comunicarea în noul spațiu public
- Influență și manipulare în spațiul public contemporan
- Comunicarea ca proces de influență

*Comunicarea – proces de influențare socială (II)

- Tipuri de influență exercitată prin intermediul comunicării
- Susținerea socială a procesului de influență
- Funcțiile comunicării ca proces de influențare socială

* Comunicarea de masă (I)

- Conceptul de comunicare de masă
- Industrializarea comunicării sociale
- Mijloace de comunicare de masă

* Comunicarea de masă (II)

- Canalul de transmitere
- Publicul
- Conținutul
- Rolul și funcțiile mass media în societate

* Modele fundamentale ale comunicării mediatice (I)

- Modelul Newcomb
- Modelul conceptual al comunicării de masă Westley – MacLean
- Procesul comunicării de masă: modelul Maletzke
- Modelul etalării și al câștigării atenției McQuail

* Modele fundamentale ale comunicării mediatice (II)

- Mass media și rolul influenței personale: modelul fluxului în 2 pași Katz, Lazarsfeld

- Mass media și rolul influenței personale: modelul multistep Katz, Lazarsfeld
- Efectele televiziunii asupra comportamentelor, modelul psihologic Comstock
- * Modele ale difuzării, receptării, procesării, memorării știrilor
- * Efectele mass media asupra societății
- * Instituția media, câmpuri de influență, procese de selecție și de producție
- * Comunicarea mediată de tehnologiile digitale (I)
 - Concepte
 - Orientări teoretice
 - Impactul comunicării mediate digital asupra câmpului social
- * Comunicarea mediată de tehnologiile digitale (II)
 - Jurnalism online/ jurnalism analogic
 - Jurnalismul civic
 - Jurnalism și pseudojurnalism pe platformele socio-digitale
- * Evaluarea informațiilor online
- * Manipularea informațională și structurile mediatice
- * Elemente de etică profesională și legislație cu privire la mass media și new-media