



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Craiova
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul Arte și Media
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclu de studii universitare	Masterat
1.6. Forma de organizare	IF
1.7. Programul de studii	Media online și imagine instituțională

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei			Cultură digitală și media emergentă				
2.2. Titularul activităților de curs			Conf. Univ. dr. Mihaela Marcu				
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator			Conf. Univ. dr. Mihaela Marcu				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB

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

3.1. Numărul de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp - ore/sapt.					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					7
Examinări					10
Alte activități.....					8
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Noțiuni generale de teoria sistemului mass media
4.2. de competențe	Capacități de analiză, de sinteză, de gândire divergentă și de gândire critică

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Condiții de învățare activă, proactivă și interactivă, activități pedagogice bazate pe strategii euristice și creative.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Înșușire de cunoștințe bazată pe situații de învățare problematizantă cu impact aplicativ-practic.

## 6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

<b>Cunoștințe</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deține cunoștințe aprofundate privind principalele teorii, modele și concepte ale comunicării directe și ale comunicării mediate tehnologic, analizate în contextul comunicării de masă și al comunicării mediate de computer.</li> <li>2. Înțelege conceptele fundamentale referitoare la public și audiența mass-media, metodele de măsurare a audienței și indicatorii specifici fiecărui canal tehnologic de comunicare mediatică.</li> <li>3. Absolventul cunoaște principalele teorii, concepte și principii care privesc elementele cultural-antropologice-identitare, estetice și filozofice și dezbate relevanța acestora în contextul creației produsului audiovizual și media online.</li> </ol>
<b>Aptitudini (Abilități)</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Este capabil să selecteze și să aplice modele teoretice relevante pentru explicarea situațiilor de comunicare în contextul analizării și soluționării unor probleme profesionale.</li> <li>2. Demonstrează capacitatea de a analiza caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă prin utilizarea adecvată a modelelor, grilelor, testelor, procedurilor și aplicațiilor software specifice comunicării publice profesionale.</li> <li>3. Are abilitatea de a adapta conținutul și formularea mesajelor la diverse situații comunicaționale și segmente de public, în concordanță cu obiectivele și contextul comunicării profesionale.</li> <li>4. Demonstrează o cunoaștere aprofundată și o înțelegere critică a teoriilor, conceptelor și evoluției istorice relevante pentru produsul audiovizual.</li> </ol>
<b>Responsabilitate și autonomie</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplică în mod autonom modele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru proiectarea, adaptarea sau evaluarea planurilor media, cu respectarea principiilor etice și a obiectivelor organizaționale.</li> <li>2. Analizează critic diversitatea de interpretări și opinii exprimate în reprezentările media ale subiectelor și evenimentelor curente, demonstrând autonomie intelectuală și discernământ profesional.</li> <li>3. Corelează cunoștințele teoretice și interdisciplinare dobândite în timpul studiilor cu informații din surse externe, dezvoltând o perspectivă complexă asupra creației audiovizuale și media online contemporane.</li> </ol>

## 7. Conținuturi

<b>7.1. CURS</b>	<b>Modalitatea de desfășurare</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Fond de timp alocat (ore)</b>
1. Introducere, acces la informație și new media	Față în față	- prelegerea interactivă - problematizarea - dezbateră cu oponent imaginar - explicația	2 ore
2. Istorie și infrastructură media	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
3. Identitate și autenticitate în media online	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
4. Ce este cultura participativă	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea	2 ore

5. Selfie-uri, partajarea și dileme etice privind supravegherea digitală	Față în față	problematizarea prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
6. Politica în epoca digitală	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
7. Supraveghere, confidențialitate și intimitate online	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
8. Activism online și hacktivism	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
9. Platforme digitale de muncă și viitorul muncii	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
10. Știri false în epoca AI specializat - deepfakes	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
11. Defacing – vandalismul online	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
12. Cultura digitală a tineretului	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
13. Identitatea digitală individuală și anonimitatea.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
14. Comunități gratuite și cultura open source	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore

#### **Bibliografie:**

1. Marshall McLuhan, Să înțelegem Media, Extensiile omului, Curtea Veche, București, 2011
2. Miège, Bernard, Informație și comunicare. În căutarea logicii sociale, Polirom, 2008 James Surowiecki The Wisdom of the Crowds, Anchor Books, 2005, NY
3. Vaughan Evans, 25 Need to Know Strategy Tools, Vep Limited 2104, London
4. Guy Kawasaki The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, 2014, Portofolio NY  
<https://guykawasaki.com/blog/>
5. Jeremy Heimans & Henry Timms, New Power, How it s Changing the 21th century- and why we need to know, MACMILLAN, 2018, London
6. Lohisse, Jean, Comunicarea, Polirom, 2002
7. Martin Lindstrom, Brand Washed, Publica, 2013, București
8. Andrew Macarthy 500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More! – 2013 Createspace <http://andrewmacarthy.com>
9. Margret Mark&Carol S. Peterson, The Hero and The Outlaw, Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes, McGraw Hill, 2001

10. Mark Schaefer Social Media Explained: Untangling the World's Most Misunderstood Business Trend, Revised and Expanded – 2018 Mark W. Schaefer <https://businessesgrow.com/blog/>

<b>7.2. Seminar/laborator</b>	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. AI și deepfakes – video și audio clipuri generate de calculator.	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră
2. Supraveghere, confidențialitate și intimitate online	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră
3. Hacktivism, activism și vandalism online.	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră
4. Platforme digitale de muncă și viitorul muncii	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră
5. Cultura digitală a tineretului. Trecerea de la facebook la instagram la tiktok.	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră
6. Jurnalismul automatizat sau știrile generate de calculator.	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră
7. Comunități gratuite și cultura open source	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	1 oră

**Bibliografie:**

1. Marshall McLuhan, Să înțelegem Media, Extensiile omului, Curtea Veche, București, 2011
2. Miège, Bernard, Informație și comunicare. În căutarea logicii sociale, Polirom, 2008 James Surowiecki The Wisdom of the Crowds, Anchor Books, 2005, NY
3. Vaughan Evans, 25 Need to Know Strategy Tools, Vep Limited 2104, London
4. Guy Kawasaki The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, 2014, Portofolio NY <https://guykawasaki.com/blog/>
5. Jeremy Heimans & Henry Timms, New Power, How it's Changing the 21st century- and why we need to know, MACMILLAN, 2018, London
6. Lohisse, Jean, Comunicarea, Polirom, 2002
7. Martin Lindstrom, Brand Washed, Publica, 2013, București
8. Andrew Macarthy 500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More! – 2013 Createspace <http://andrewmacarthy.com>
9. Margret Mark&Carol S. Peterson, The Hero and The Outlaw, Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes, McGraw Hill, 2001
10. Mark Schaefer Social Media Explained: Untangling the World's Most Misunderstood Business Trend, Revised and Expanded – 2018 Mark W. Schaefer <https://businessesgrow.com/blog/>

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

Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor comunicării. Competențele profesionale și transversale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor.

## 9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Evaluarea pe parcursul semestrului	Evaluarea pe parcurs se bazează pe gradul de implicare în timpul dezbaterilor propuse Testarea periodică prin lucrări de control	20%
	Evaluarea la final de semestru	Evaluarea constă într-o testare scrisă	60%
9.5. Seminar/laborator	Evaluarea pe parcursul semestrului.	Elaborarea a cel puțin unui referat pe parcursul semestrului.	20%
9.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- să demonstreze că deține cunoștințe esențiale privind cultura digitală și a noilor tehnologii din zona media digitală;</li> <li>- să dețină capacitatea utilizării acestor tehnologii.</li> </ul>			

Data completării  
25.09.2025

Titular de disciplină,  
Conf. univ. dr. Mihaela Marcu

Semnătura titularului  
.....

Data avizării în departament  
29.09.2025

Director de departament,  
Prof.univ.dr. Alexandru BOUREANU

Semnătura directorului de departament,  
.....