



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. Ciclul 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	Societate și comunicare de masă						
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Dan Valeriu Voinea						
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator	Lect. univ. dr. Dan Valeriu Voinea						
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	V	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	1	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp - ore/sapt.					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					1
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Noțiuni generale de sociologia comunicării
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	Însușire 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

Cunoștințe	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Înțelege conceptele fundamentale referitoare la public și audiența mass-media, metodele de măsurare a audienței și indicatorii specifici fiecărui canal tehnologic de comunicare mediatică.
Aptitudini (Abilități)	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> Este capabil să selecteze și să aplice modele teoretice relevante pentru explicarea situațiilor de comunicare în contextul analizării și soluționării unor probleme profesionale. 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. 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.
Responsabilitate și autonomie	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Analizează critic diversitatea de interpretări și opinii exprimate în reprezentările media ale subiectelor și evenimentelor curente, demonstrând autonomie intelectuală și discernământ profesional.

7. Conținuturi

7.1. CURS	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Introducere în comunicarea de masă.	Față în față	- prelegerea interactivă - problematizarea - dezbateră cu oponent imaginar - explicația	1 oră
2. Comunicare mediatică și societate. Concepte și teorii.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
3. De la sociologie la teoria media. Tarde și Durkheim.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
4. Teorii media. Mediul este mesajul.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
5. Sistemul media și al comunicării profesionale.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
6. Segmente de public media – studii referitor la audiență și consum de	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție	1 oră

media.		descoperirea problematizarea	
7. Evoluția sistemelor de comunicare în masă	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră

Bibliografie:

1. Albornoz, Luis A. (2015). Power, media, culture: A critical view from the political economy of communication, London: Palgrave Macmillan
2. Boudon, Raymond (coord.1997). Tratat de sociologie, București: Humanitas
3. Bourdieu, Pierre, Despre televiziune, Ed. Art, București, 2007
4. Chelcea, Septimiu, Sociologia opiniei publice, Ed. SNSPA, București, 2002;
5. Coman, Claudiu, Sociologie mass-media, Ed. Universității Transilvania, Brașov, 2002;
6. Coman, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2003;
7. Comșa, Mircea (2006). Sociologie electorală. Note de curs, Cluj-Napoca
8. Crișan, Corina, Danciu, Lucian, Manipularea opiniei publice prin televiziune, Ed. Dacia, Cluj, 2000;
9. Domenach, Jean-Marie (2004). Propaganda politică, Iași: Institutul European
10. Miège, Bernard, Societatea cucerită de comunicare, Ed. Polirom, Iași, 2000;
11. Paillart, Isabelle (2002). Spațiul public și comunicarea, București: Polirom
12. Pop, Doru (2001). Mass-media și democrația, Iași: Polirom
13. Ross, Karen, și Stuart Price (2008). Popular media and communication: Essays on publics, practices, and processes, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing
14. Rotariu, Traian și Petru Iluț (2001). Ancheta sociologică și sondajul de opinie, București: Polirom
15. Sălăvăstru, Constanțin (1999). Discursul puterii, Iași: Institutul European
16. Schwartzberg, Roger-Gerard (1995). Statul spectacol. Eseu asupra și împotriva stărilor sistemului din politică, Scripta
17. Stan, Sonia Cristina (2004). Manipularea prin presă, București: Humanitas
18. Thompson, John, Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media, Ed. Antet, București, 2000
19. Volkoff, Vladimir (1999). Tratat de dezinformare. De la calul troian la Internet, București: Antet
19. Miège, Bernard, Societatea cucerită de comunicare, Ed. Polirom, Iași, 2000;

7.2. Seminar/laborator	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Teorii și concepte de baza despre media și societate	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore
2. Comportament de consum media. Mass-media și procese de socializare	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore
3. Exemple de informare și dezinformare prin mass-media	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore
4. Mișcări sociale. Comportamente non-raționale de masă și relația cu mass-media	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore
5. Evoluția noilor media: vedete online, blogosfera, rețele de socializare	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore
6. Jurnalismul automatizat sau știrile generate de calculator.	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore
7. Cercetarea sectorului mediatic – discursul fals și discursul instigator la ură	Față în față	dialogul dezbateri exemplificare	2 ore

8. Relația media și societate. Încrederea în media.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
9. Epoca post-adevăr. Manipulare și fake news.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
10. Relația media și sistemele de relații publice/publicitate	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
11. Reconfigurarea sursei știrilor și noile media.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
12. Cine deține media? Proprietatea și controlul mass-media	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
13. Cine deține media? Gatekeeperi în epoca social media.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
14. Curs recapitulativ. Cultură: faimă și celebritate pe rețelele sociale.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore

Bibliografie:

1. Alborno, Luis A. (2015). Power, media, culture: A critical view from the political economy of communication, London: Palgrave Macmillan
2. Boudon, Raymond (coord.1997). Tratat de sociologie, București: Humanitas
3. Bourdieu, Pierre, Despre televiziune, Ed. Art, București, 2007
4. Chelcea, Septimiu, Sociologia opiniei publice, Ed. SNSPA, București, 2002;
5. Coman, Claudiu, Sociologie mass-media, Ed. Universității Transilvania, Brașov, 2002;
6. Coman, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2003;
7. Comșa, Mircea (2006). Sociologie electorală. Note de curs, Cluj-Napoca
8. Crișan, Corina, Danciu, Lucian, Manipularea opiniei publice prin televiziune, Ed. Dacia, Cluj, 2000;
9. Domenach, Jean-Marie (2004). Propaganda politică, Iași: Institutul European
10. Miège, Bernard, Societatea cucerită de comunicare, Ed. Polirom, Iași, 2000;
11. Paillart, Isabelle (2002). Spațiul public și comunicarea, București: Polirom
12. Pop, Doru (2001). Mass-media și democrația, Iași: Polirom
13. Ross, Karen, și Stuart Price (2008). Popular media and communication: Essays on publics, practices, and processes, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing
14. Rotariu, Traian și Petru Iluț (2001). Ancheta sociologică și sondajul de opinie, București: Polirom
15. Sălăvăstru, Constanțin (1999). Discursul puterii, Iași: Institutul European
16. Schartzenberg, Roger-Gerard (1995). Statul spectacol. Eșeu asupra și împotriva stărilor sistemului din politică, Scripta
17. Stan, Sonia Cristina (2004). Manipularea prin presă, București: Humanitas
18. Thompson, John, Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media, Ed. Antet, București, 2000 Volkoff, Vladimir (1999). Tratat de dezinformare. De la calul troian la Internet, București: Antet
19. Miège, Bernard, Societatea cucerită de comunicare, Ed. Polirom, Iași, 2000;

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			
Însușirea cunoștințelor de bază, definirea principalelor concepte și teorii abordate; Elaborarea și susținerea unei lucrări de specialitate din domeniul disciplinei, utilizând diverse surse și instrumente de informare.			

Data completării
25.09.2025

Titular de disciplină,
Lect. univ. dr. Dan Valeriu Voinea

Semnătura titularului
.....

Data avizării în departament
29.09.2025

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

Semnătura directorului de departament,
.....