

FIȘA DISCIPLINEI
(licență)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Limba și Literatura Română și Științele Comunicării
Domeniul de studii	Științele comunicării
Ciclul de studii	Licență (înv. cu frecvență)
Programul de studii	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Istoria și dinamica reprezentărilor				
Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Sterian-Arthur Suci				
Titularul activităților aplicative	Lector univ. dr. Sterian-Arthur Suci				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DID - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DC
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DO

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

I.a) Număr de ore pe săptămână	3	Curs	1	Seminar	2
I.b) Totalul de ore din planul de învățământ	42	Curs	14	Seminar	28

II. Distribuția fondului de timp	Ore
II.a) Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
II.c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	16
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități	-

Total ore studiu individual – II (a+b+c+d)	56
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	● Introducere în științele comunicării; Introducere în sistemul mass-media; Multimedia.
Competențe	● Competențe profesionale, cognitive și afectiv-valorice.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	● Sală de curs cu videoproiector
Laborator	● Calculatoare, videoproiector, televiziune online, acces Intranet/ Internet.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP 6 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării prin media digitală;
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

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

Obiectivul general al disciplinei		– Expunerea principalelor teorii, modele și practici privind reprezentările sociale, cu accent pe rolul acestora în comunicare;
Obiectivele specifice	Curs	– Predarea de cunoștințe teoretice și conturarea abilităților practice în domeniul comunicării;
	Laborator	– Aprofundarea conceptelor de bază, analiza și crearea unor produse de comunicare.

8. **Conținuturi**

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Reprezentările sociale. Definiție. Nodul central și zona periferică. Ancorarea. Perspectivă istorică asupra conceptului de reprezentare socială	2	– Expuneri și demonstrații practice pe baza suportului de curs, a bibliografiei aferente și a materialelor audio-vizuale.	
2. Reprezentări sociale și grupuri	2		
3. Caracteristici ale reprezentărilor sociale. Atribuirea	2		
4. Teoria disonanței cognitive	2		
5. Reprezentări sociale ale minorităților și femeilor	2		
6. Reprezentările sociale în comunicare	2		
7. Reprezentări sociale și construirea imaginii publice	2		

Bibliografie

ABRIC, J.C., (ed.) 1994, *Représentations sociales et pratiques*, Paris, PUF.
 AISSANI, Youssef, 1992, *La structure interne d'une représentation sociale peut-elle être contradictoire?* Anuario de Psicología 1992, no 52, 95-109 O 1992, Facultat de Psicologia Universitat de Barcelona.
 BOURDIEU, Pierre, 2017, *Dominația masculină*, București, Editura Art.
 COMAN, Cristina & BĂDĂU, Horia Mihai, Social Media: *Social Representation in Public Relations*, în RAȚĂ, Georgeta, CLITAN, Gheorghe, RUNCAN Patricia-Luciana, 2013, *Applied Social Sciences: Communication Studies*, Cambridge Scholar Publicishing.
 MOSCOVICI, Serge, 1961/1976, *La psychanalyse, son image et son publique*, Paris, P.U.F.
 MOSCOVICI, S., 1976, *Social Influence and Social Change*, London, Academic Press
 MOSCOVICI, Serge, 1997, *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*, Iași, Polirom.
 NECULAU, Adrian (coord.), 1996, *Psihologia socială. Aspecte contemporane*, Iași, Polirom.
 POPA, Florentina, 2011, *Cultura media și reprezentările sociale*, Editura Lumen.
 SOULAGES, Jean-Claude, 2004, *Le genre en publicité ou le culte des apparences*, în BOUCHARD, Julie, FROISSARD Pascal (dir.), *Sexe & Communication, Médiation & Information*, MEI Nr. 20, Paris, l'Harmattan, pp. 51-59.

Bibliografie minimală

MOSCOVICI, Serge, 1997, *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*, Iași, Polirom.
 NECULAU, Adrian (coord.), 1996, *Psihologia socială. Aspecte contemporane*, Iași, Polirom.

Aplicații (seminar/laborator/proiect):	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Exemplificări ale reprezentărilor sociale. Nodul central și elementele periferice	2	– Expuneri și demonstrații practice pe baza suportului de curs, a bibliografiei aferente și a materialelor audio-vizuale.	
2. Ancorare și atribuire. Exemplificări	2		
3. Bucovina – istoric și reprezentare socială	2		
4. Reprezentări sociale ale minorităților. După un clip al unei melodii de Loredana Groza	2		
5. Ideologie, mit și reprezentare socială. Filmele "Tudor" și "Aferim"	2		
6. Comunismul ca reprezentare socială	2		
7. Reprezentarea socială a femeilor	2		
8. Grupuri și lideri. Exemplificări de lideri	2		
9. Reprezentări sociale în grupurile de studenți	2		
10. Disonanța cognitivă și consumul de media	2		
11. Imagine, brand și reprezentare socială	2		
12. Reprezentări sociale în comunicare. Construcția strategiei de comunicare	2		
13. Reprezentări sociale și imagine publică. Exemplificări	2		
14. Reprezentări sociale în mediul digital	2		

Bibliografie

ABRIC, J.C., (ed.) 1994, *Représentations sociales et pratiques*, Paris, PUF.
 AISSANI, Youssef, 1992, *La structure interne d'une représentation sociale peut-elle être contradictoire?* Anuario de Psicología 1992, no 52, 95-109 O 1992, Facultat de Psicologia Universitat de Barcelona.
 BOURDIEU, Pierre, 2017, *Dominația masculină*, București, Editura Art.
 COMAN, Cristina & BĂDĂU, Horia Mihai, *Social Media: Social Representation in Public Relations*, în RAȚĂ, Georgeta, CLITAN, Gheorghe, RUNCAN Patricia-Luciana, 2013, *Applied Social Sciences: Communication Studies*, Cambridge Scholar Publicshing.
 MOSCOVICI, Serge, 1961/1976, *La psychanalyse, son image et son publique*, Paris, P.U.F.
 MOSCOVICI, S., 1976, *Social Influence and Social Change*, London, Academic Press
 MOSCOVICI, Serge, 1997, *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*, Iași, Polirom.
 NECULAU, Adrian (coord.), 1996, *Psihologia socială. Aspecte contemporane*, Iași, Polirom.
 POPA, Florentina, 2011, *Cultura media și reprezentările sociale*, Editura Lumen.
 SOULAGES, Jean-Claude, 2004, *Le genre en publicité ou le culte des apparences*, în BOUCHARD, Julie, FROISSARD Pascal (dir.), *Sexe & Communication, Médiation & Information*, MEI Nr. 20, Paris, l'Harmattan, pp. 51-59.

Bibliografie minimală

MOSCOVICI, Serge, 1997, *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*, Iași, Polirom.
 NECULAU, Adrian (coord.), 1996, *Psihologia socială. Aspecte contemporane*, Iași, Polirom.

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

– Tematica selectată pentru prelegeri și aprofundare prin studiu individual va permite absolventului să presteze activități de consilier de imagine, purtător de cuvânt, specialist în comunicare inter- și intrainstituțională, mediator, strateg de campanii promoționale în domeniul PR. Conținuturile propuse spre studiu și aprofundare au fost corelate și cu cele exigențele formativ-edu-cative curpinse în standardele ocupaționale publicate de Asociația Națională pentru Calificări (<http://www.anc.edu.ro/>).

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Cantitatea și calitatea cunoștințelor acumulate și relevanța științifică a acestora; Capacitatea de interpretare a discursurilor; Coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs;	Evaluare formativă; observarea curentă a participării interactive a studenților și notare pe parcurs;	50 %
Laborator	Capacitatea de a reține și comunica cunoștințe esențiale, de a face conexiuni interdisciplinare Punerea în practică a cunoștințelor dobândite.	Probe practice de interpretare; Notare pe parcurs; Colocviu;	50 %

Standard minim de performanță:

Standarde minime pentru nota 5: însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu;
 Standarde minime pentru nota 10: abilități, cunoștințe certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare și interpretare; parcurgerea bibliografiei; conceperea și rezolvarea unor aplicații simple în domeniul comunicării audio-vizuale.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20 septembrie 2022		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26 oct 2022	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
26 oct 2022	