

FIȘA DISCIPLINEI

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	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii/calificarea	Comunicare, media și industriile creative

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	INDUSTRII CREATIVE, INDUSTRII CULTURALE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII				
Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Petru Ioan MARIAN-ARNAT				
Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Petru Ioan MARIAN-ARNAT				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DSI
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DI

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

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

II. Distribuția fondului de timp	Ore
II.a) Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	40
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	40
II.c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	40
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități	

Total ore studiu individual – II (a+b+c+d)	120
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	150
Numărul de credite	6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• sală de curs cu videoproiector
Desfășurare aplicații	Seminar • sală de seminar cu tablă, videoproiector și flipchart

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale generale	CG1. își menține la zi cunoștințele profesionale. CG2. analizează date. CG3 gestionează date în domeniul cercetării. CG4. redactează lucrări științifice, academice și documentație tehnică. CG5 desfășoară activități de cercetare la nivel interdisciplinar CG10 monitorizează progresele realizate în domeniul de specialitate.
----------------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei		- Trecerea în revistă a principalelor teorii, modele și practici ale comunicării, cu accent pe evidențierea importanței funcțiilor comunicaționale inter-personale, organizaționale și de grup, în strînsă legătură cu practica comunicării și informării mediatice, a relațiilor publice, publicitare, artistice, didactice, științifice etc. (CPG2, CPS1)
Obiectivele specifice	Curs	- Familiarizarea cu noțiuni și concepte teoretice conturarea abilităților practice de comunicare în domenii conexe ale industriilor culturale și creative: relații publice, mass-media, publicitate, arte, new-media, jocuri-video, editare de carte; (CPS4)
	Seminar	- Aprofundarea cunoștințelor în definirea conceptelor de bază, testarea competențelor în comunicare și analiza mesajelor comunicaționale diverse și utilizarea adecvată a termenilor de specialitate. (CPS6)

8. Conținuturi

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Comunicarea artistică. Verbal, nonverbal și paraverbal în comunicare.. Expresivitatea limbii, stilurile și specificul comunicării lingvistice. Comunicarea cu ajutorul corpului în artele spectacolului. Funcțiile codurilor reprezentationale, tipologia codurilor prezentationale.	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente;	
2. Comunicarea de masă. Societatea de masă. Cultura de masă. Componentele comunicării de masă. Principii și teorii în studiul comunicării de masă. Efecte ale comunicării de masă; Mass media și viața socială (globalizare, imperialism cultural, determinism media);	2		
3. Comunicarea și procese de grup. Opinia publică: sursă și efect de ansamblu al comunicării sociale. Funcțiile opiniei publice: expresivă, consultativă, directivă, de apreciere, analitică, constructivă, de reglementare. Captarea masificată a interesului, audiență și comunicare de masă.	2	– Expuneri libere și analize pe material tipărit și audio-vizual	
4. Comunicare și influența socială: Comunicarea seductiv-persuasivă și propaganda. Propaganda și tehnici de persuadare a auditorului. Perspective de cercetare a persuasiunii și seducției publicului. Mesaje unilaterale și bilaterale, Credibilitatea sursei, Apelul la teamă, Teoria inoculării, Abordarea funcțională a lui Katz, Tehnici de persuasiune, Instrumente de propagandă;	2		
5. Campania de comunicare publică. Caracteristici, obiective, etape, forme de manifestare și efecte.	2		
6. Comunicare publicitară: Perspectivele economice, sociologice, psihologice, Tipuri de publicitate, Marketing publicitar: Tipuri de poziționare după Al Ries și Jack Trout, Tipologia poziționării după Belch & Belch;	2		
7. Noile media și societatea informațională. Social-media. Definiții. Caracteristici. Istoric. Exemple de platforme. Efecte sociale. Tehnologii digitale și forme de comunicare globală.	2		

Bibliografie

AKOUN, André, *Sociologie des communications de masse*, Paris, Hachette, « Les fondamentaux », 1997.
 BAYLON, Chr.; MIGNOT, X., *Comunicarea*, trad. rom., Editura Universității “Al.I.Cuza” Iași, 2000.
 BĂRGĂOANU, Alina; CORBU, Nicoleta. *Istoria comunicării*, Comunicare.ro, București, 2007.
 BOUGNOUX, D., *Introducere în științele comunicării*, trad. rom., Polirom, Iași, 2000.
 BOGOST, Ian, *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*, The MIT Press, 2007.
 CHELCEA, S.; IVAN, Loredana; CHELCEA, Adina, *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura – cuvintele nu sunt de-ajuns*, Comunicare.ro, București, 2005.
 CIALDINI, Robert, *Influence: Science and Practice*, Allyn & Bacon, 2000.
 DEFLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S., *Teorii ale comunicării de masă*, trad. rom., Polirom, Iași, 1999.
 CUILENBURG, van J. J. et alii, *Știința comunicării*, trad. rom., Humanitas, București, 1991.
 DAHLGREN, Peter, Colin, Sparks, (coord), *Jurnalismul și cultura populară*, Polirom, 2004
 DINU, M., *Comunicarea – repere fundamentale*, Editura Orizonturi, București, 2007.
 DRĂGAN, I., *Comunicarea - paradigme și teorii* (vol. I-II), RAO, București, 2007.
 KELLNER, Douglas, *Cultura media*, Iasi, Institutul European, 2001.
 FERNBACH, Ph., SLOMAN, S., *Iluzia cunoașterii. De ce nu gândim niciodată singuri*. București: Publica, 2017.
 FISKE, J., *Introducere în științele comunicării*, trad. rom., Polirom, Iași, 2003.
 HABERMAS, Jurgen, *Sfera publică și transformarea ei structurală*, Comunicare.ro, 2005.
 HARTLEY, John, *Key Concepts in Creative Industries*, SAGE, 2013.

HARTLEY, John, *Creative Industries*, Blackwell publishing, 2005.
 LOCHARD, G.; BOYER, H., *Comunicarea mediatică*, trad. rom., Institutul European, Iași, 1998.
 LOHISSE, J., *Comunicarea – de la transmiterea mecanică la interacțiune*, trad. rom., Polirom, Iași, 2002.
 MARINESCU, Valentina, *Introducere în teoria comunicării*, Tritonic, București, 2003.
 McQUAIL, D., *Comunicarea*, trad. rom., Institutul European, Iași, 1999.
 McQUAIL, D.; WINDAHL S., *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare.ro, București, 2004.
 MIÈGE, B., *Gîndirea comunicatională*, trad. rom., Cartea Românească, București, 1998.
 MOSCOVICI, Serge, *Psihologia socială sau masina de fabricat zei*, Iasi, Polirom, 1997.
 OAKLEY, Kate, O'CONNOR, Justin, *The Routledge Companion to the Cultural Industries*, Routledge, 2015.
 RUS, Fl. C., *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Institutul European, Iași, 2002.
 TAVINOR, Grant, *The art of videogames*, Blackwell Publishing, 2009.
 TRAN, V.; STĂNCIUGELU, Irina, *Teoria comunicării*, Comunicare.ro, București, 2003.
 SLAMA-CAZACU, Tatiana, *Stratageme comunicationale și manipularea*, Iasi, Polirom, 2000.

Bibliografie minimală

HARTLEY, John, *Creative Industries*, Blackwell publishing, 2005.
 DRĂGAN, I., *Comunicarea – paradigme și teorii* (vol. I-II), RAO, București, 2007.
 LOHISSE, J., *Comunicarea – de la transmiterea mecanică la interacțiune*, trad. rom., Polirom, Iași, 2002.

Aplicații (seminar):	Nr. ore	Metode de predare	Obs
Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale existente în scopul informării / comunicării pe domenii specifice (personale, organizație, grup, media, publicitate, artă, învățămînt etc.):		–	
1. Artă stradală, artă murală, artă populară, urbană: subversiune și creativitate. Coduri elaborate și restrânse.	2	Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice comunicării;	
2. Jocurile video: între ficțiune și realitate. Jocuri video MMO, open-world. Retorica jocurilor video. Etica jocurilor video.	2	– Dezbateri interactive pe corpul de teorii, modele și scheme ale comunicării	
3. Utilizări sociale ale mass-media: utilizari și gratificare, analiza receptării, studii culturale. Consum mediatic și creativitate. Jurnalism participativ, cetățenesc. <i>Fanzine</i> (magazine create de entuziaști).	2		
4. Comunicarea on-line: Practici creative. Platformizarea comunicării și creativitatea colaborativă. Înțelepciunea multimilor. <i>Crowdsourcing. Meme</i> .	2		
5. Campania de comunicarea publică în mediul on-line.	2		
6. Modă și identitate în videoclipuri;	2		
7. Strategii creative în comunicarea publicitară. Identitatea creativă. Advertising domestic.	2		

Bibliografie

ADAM, Jean Michel ; Bonhomme, Marc, *Argumentarea publicitară : retorica elogiului și a persuasiunii*, Editura Institutul European, Iași, 2005.
 AKOUN, André, *Sociologie des communications de masse*, Paris, Hachette, « Les fondamentaux », 1997.
 BAYLON, Chr.; MIGNOT, X., *Comunicarea*, trad. rom., Editura Universității “Al.I.Cuza” Iași, 2000.
 BĂRGĂOANU, Alina; CORBU, Nicoleta. *Istoria comunicării*, Comunicare.ro, București, 2007.
 BAUDRILLARD, Jean, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, trad. Alexandru Matei, Comunicare. ro, București, 2005.
 BOUGNOUX, D., *Introducere în științele comunicării*, trad. rom., Polirom, Iași, 2000.
 BOGOST, Ian, *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*, The MIT Press, 2007.
 CHELCEA, S.; IVAN, Loredana; CHELCEA, Adina, *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura – cuvintele nu sunt de-ajuns*, Comunicare.ro, București, 2005.
 CIALDINI, Robert, *Influence: Science and Practice*, Allyn & Bacon, 2000.
 DEFLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S., *Teorii ale comunicării de masă*, trad. rom., Polirom, Iași, 1999.
 CUILENBURG, van J. J. et alii, *Știința comunicării*, trad. rom., Humanitas, București, 1991.
 DAHLGREN, Peter, Colin, Sparks, (coord), *Jurnalismul și cultura populară*, Polirom, 2004
 DINU, M., *Comunicarea – repere fundamentale*, Editura Orizonturi, București, 2007.
 DRĂGAN, I., *Comunicarea – paradigme și teorii* (vol. I-II), RAO, București, 2007.
 KELLNER, Douglas, *Cultura media*, Iasi, Institutul European, 2001.
 FERNBACH, Ph., SLOMAN, S., *Iluzia cunoașterii. De ce nu gândim niciodată singuri*. București: Publica, 2017.
 FISKE, J., *Introducere în științele comunicării*, trad. rom., Polirom, Iași, 2003.
 HABERMAS, Jurgen, *Sfera publică și transformarea ei structurală*, Comunicare.ro, 2005.
 HARTLEY, John, *Key Concepts in Creative Industries*, SAGE, 2013.
 HARTLEY, John, *Creative Industries*, Blackwell publishing, 2005.
 LOCHARD, G.; BOYER, H., *Comunicarea mediatică*, trad. rom., Institutul European, Iași, 1998.

LOHISSE, J., *Comunicarea – de la transmiterea mecanică la interacțiune*, trad. rom., Polirom, Iași, 2002.
 MARINESCU, Valentina, *Introducere în teoria comunicării*, Tritonic, București, 2003.
 McQUAIL, D., *Comunicarea*, trad. rom., Institutul European, Iași, 1999.
 McQUAIL, D.; WINDAHL S., *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare.ro, București, 2004.
 MIÈGE, B., *Gîndirea comunicațională*, trad. rom., Cartea Românească, București, 1998.
 MOSCOVICI, Serge, *Psihologia socială sau masina de fabricat zei*, Iasi, Polirom, 1997.
 OAKLEY, Kate, O'CONNOR, Justin, *The Routledge Companion to the Cultural Industries*, Routledge, 2015.
 RUS, Fl. C., *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Institutul European, Iași, 2002.
 TAVINOR, Grant, *The art of videogames*, Blackwell Publishing, 2009.
 TRAN, V.; STĂNCIUGELU, Irina, *Teoria comunicării*, Comunicare.ro, București, 2003.
 SLAMA-CAZACU, Tatiana, *Stratageme comunicative și manipularea*, Iasi, Polirom, 2000.

Bibliografie minimală

DRĂGAN, I., *Comunicarea - paradigme și teorii* (vol. I-II), RAO, București, 2007.
 FISKE, J., *Introducere în științele comunicării*, trad. rom., Polirom, Iași, 2003.
 LOHISSE, J., *Comunicarea – de la transmiterea mecanică la interacțiune*, trad. rom., Polirom, Iași, 2002.

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

- Conținutul disciplinei sintetizează și sistematizează circuitele profesionale și instituționale ale informației și asigură fundamentul înțelegerii conceptelor de bază aparținând teoriei informației integrate în teoria comunicării.
- Tematica aplicațiilor vizează evidențierea performanțelor de ordin comunicativ și climatul de comunicare care se instalează atât în interiorul organizațiilor, cât și la nivelul social al interacțiunii dintre acestea.

12. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> corectitudine și claritate în definirea noțiunilor și conceptelor; prezentarea clară și coerentă a funcțiilor comunicaționale interpersonale, organizaționale și de grup; 	– Evaluare formativă: observarea curentă a participării interactive a studenților și notarea pe parcurs – Evaluare sumativă: Examen scris semestrial	50 %
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> folosirea noțiunilor și conceptelor de bază în argumentarea punctelor de vedere; alcătuirea de rezumate informative și parafrizarea adecvată a ideilor preluate din sursele bibliografice studiate; capacitatea de a face conexiuni ideatice cu caracter intradisciplinar și interdisciplinar; respectarea succesiunii etapelor în analiza mesajelor. 	– Teste, chestionare, hărți conceptuale, prezentări, jocul de rol, proiect individual.	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.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2024		

Data avizării în departament	Semnătura responsabilului de program
25.09.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2024	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.09.2024	