

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	Departamentul de Limbă și Literatură Română și Științele Comunicării
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii	Comunicare, media și industriile creative

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	PSIHOLOGIA COMUNICĂRII ȘI COMUNICAREA DE MASĂ					
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Olga GANCEVICI					
Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. Olga GANCEVICI					
Anul de studiu	I	Semestrul	2	Tipul de evaluare	E	
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare					DAP
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă					DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

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

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	35
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	35
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

Curriculum	• -
Competențe	• -

5. Condiții

Desfășurare a cursului	• Sală de curs echipată cu videoproiector, calculator, tablă electronică interactivă, conexiune la Internet	
Desfășurare aplicații	Seminar	• Sală de curs echipată cu videoproiector, calculator, tablă electronică interactivă, conexiune la Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe generale /profesionale	CG1 - Își menține la zi cunoștințele profesionale. CG3 - Gestionează date în domeniul cercetării. CG7 - Dă dovadă de expertiză disciplinară. CG9 - Utilizează dicționare. CG10 - Monitorizează progresele realizate în domeniul de specialitate.
Competențe specifice / transversale	CS1 - Dă dovadă de inițiativă.

7. Obiectivele disciplinei

Obiectivul general al disciplinei	La sfârșitul semestrului, studenții vor fi capabili să cunoască principalele aspecte legate de rolul pe care îl joacă utilizarea diferitelor structuri de comunicare în relațiile interpersonale și comunicarea de masă, în deplină concordanță cu specificul domeniului și cu etica profesională (CG1, CG7, CG10, CS1).
Obiectivele specifice	<p>O1. Să achiziționeze și să asimileze cunoștințe necesare înțelegerii cum influențează contextul socio-cultural semnificația și experiența comunicărilor interumane (CG1, CG3, CS1).</p> <p>O2. Să recunoască rolul activ pe care îl au indivizii în a înțelege și a răspunde la provocările comunicaționale din societatea contemporană (CG1, CG3).</p> <p>O3. Să descrie provocările cu care se confruntă profesioniștii din domeniul industriilor culturale în situațiile de comunicare interpersonală și de masă (CG3, CG7).</p> <p>O4. Să includă în comunicarea profesională a perspectivelor oferite de psihologia comunicării și comunicarea de masă, rafinând selecția terminologiei plecând de la dicționare specializate (CG9, CG10, CS1).</p>

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Prezentarea generală a conceptelor domeniului. 1. Comunicarea intrapersonală. Cine sunt eu?	2	Predare interactivă, conversație, analiză de corpus, vizionare de materiale video, audiție de materiale audio.	Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei, corpus pentru analiză, prezentări <i>power-point</i> , hărți mentale, baze <i>on line</i> , dicționare specializate.
2. Comunicarea interpersonală. Elementele comunicării interumane & comunicarea în grup.	2		
3. Comunicarea interpersonală. Comunicarea (verbală, nonverbală, paraverbală) & ascultarea interactivă: învață să vezi și să asculți.	2		
4. Comunicarea interpersonală. Comunicarea emoțiilor & diferențele de gen în comunicare: învață să simți și să-l înțelegi pe celălalt.	2		
5. Comunicarea publică / comunicarea profesională: învață să vorbești în public / învață să convingi.	2		
6. Comunicarea de masă și efectele ei. Teoria glonțului magic, Teoriile influenței selective, Socializarea și teoriile influenței indirecte	2		
7. Comunicarea de masă. Modalități de influențare prin massmedia și publicitate	2		

Bibliografie

- Abric, J.-C. (2002). *Psihologia comunicării. Teorii și metode*. Iași, Polirom ; trad. de Luminița și Florin Botoșineanu.
- Anderson, C. (2016). *TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbit în public*. București, Ed. Publica; trad. Iulia Berteau.
- Baird, J.W., Stull, J. B. (2003). *Comunicarea în afaceri*. Ed. Comunicare.ro; trad. de Andreea Matei.
- Beciu, C. (2011). *Sociologia comunicării și a spațiului public*. Iași, Polirom.
- Bonchiș, E. (2019). *Învață să asculți*. Iași, Polirom.
- Carnegie, D. (2008). *Cum să vorbim în public*. București, Curtea Veche ; trad. de Irina-Margareta Nistor.
- Cialdini, R. B. (2014). *Psihologia persuasiunii. Totul despre influențare*. Business Tech Internațional; trad. de Mihaela Budui.
- Collet, P. (2012). *Cartea gesturilor europene*, București, Trei; trad. de Andreea Răsuceanu.
- DeFleur, M. L, Ball-Rokeach, S. (1999). *Teorii ale comunicării de masă*. Iași, Polirom ; trad. de Doru Harabagiu.
- Ekman, P. (2019). *Emoții date pe față. Cum să citim sentimentele de pe chipul uman*. București, Trei ; trad. de Mihaela Costea și Silviu Gherman.
- Fexeus, H. (2014). *Arta de a citi gândurile*. București, Trei ; trad. de Mihaela Mariana Buruiiană.
- Fexeus, H. (2018). *Manualul abilităților sociale superioare*. București, Trei ; trad. de Smaranda Nistor.
- Goleman, D. (2007). *Inteligența socială. Noua știință a relațiilor umane*. București, Curtea Veche ; trad. de Ileana Achim.
- Hoff, R. (2002). *Regulile unei prezentări de succes*. București, Curtea Veche ; trad. de Luminița Cioroianu și Mihaela Gavrilă.
- Jean-Noël Kapferer, J.-N. (2002). *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*. Ed. Comunicare.ro ; trad. de Lucian Radu.
- Le Bon, G. (2010). *Psihologia timpurilor noi*, Ed. Antet ; trad. de Gabriel Avram.

- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Iași, Polirom ; trad. de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman.
- Nichols, M.P. (2010). *Ascultă-mă ca să te ascult. Capacitatea de ascultare poate îmbunătăți relațiile noastre*, București, Trei ; trad. de Ioana Bădulescu.
- Pease, A. & Pease, B. (2021). *Manualul limbajului trupului : sensurile ascunse ale gesturilor*. București, Curtea Veche Publishing ; trad. de Alina-Gabriela Rudeanu.
- Prutianu, Ș. (2004). *Antrenamentul abilităților de comunicare I*. Iași, Polirom.
- Prutianu, Ș. (2005). *Antrenamentul abilităților de comunicare II*. Iași, Polirom.
- Schawbel, D. (2013). *Manual de branding personal*. Amaltea
- Stănciugelu, Irina. (2009). *Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi*, București, Tritonic.
- Vocate, D. R. (1994). *Intrapersonal Communication: Different Voices, Different Minds*. Psychology Press.

Bibliografie minimală

- Abric, J.-C. (2002). *Psihologia comunicării. Teorii și metode*. Iași, Polirom ; trad. de Luminița și Florin Botoșineanu.
- DeFleur, M. L, Ball-Rokeach, S. (1999). *Teorii ale comunicării de masă*. Iași, Polirom ; trad. de Doru Harabagiu.
- Jean-Noël Kapferer, J.-N. (2002). *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*. Ed. Comunicare.ro ; trad. de Lucian Radu.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Iași, Polirom ; trad. de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman.
- Nichols, M.P. (2010). *Ascultă-mă ca să te ascult. Capacitatea de ascultare poate îmbunătăți relațiile noastre*, București, Trei ; trad. de Ioana Bădulescu.

Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Prezentarea generală a conceptelor domeniului. 1. Comunicarea intrapersonală. Aplicații. Cine sunt eu?	2	Predare interactivă, conversație, analiză de corpus, vizionare de materiale video, audiere de materiale audio.	Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei, corpus pentru analiză, prezentări <i>power-point</i> , hărți mentale, baze <i>on line</i> , dicționare specializate.
2. Comunicarea interpersonală. Aplicații. Elementele comunicării interumane & comunicarea în grup.	2		
3. Comunicarea interpersonală. Aplicații. Comunicarea (verbală, nonverbală, paraverbală) & ascultarea interactivă: învață să vezi și să asculți.	2		
4. Comunicarea interpersonală. Aplicații. Comunicarea emoțiilor & diferențele de gen în comunicare: învață să simți și să-l înțelegi pe celălalt.	2		
5. Comunicarea publică / comunicarea profesională: învață să vorbești în public / învață să convingi. Aplicații.	2		
6. Comunicarea de masă și efectele ei. Aplicații. Teoria glonțului magic, Teoriile influenței selective, Socializarea și teoriile influenței indirecte	2		
7. Comunicarea de masă. Aplicații. Modalități de influențare prin massmedia și publicitate	2		
Bibliografie	2		
<ul style="list-style-type: none"> • Abric, J.-C. (2002). <i>Psihologia comunicării. Teorii și metode</i>. Iași, Polirom ; trad. de Luminița și Florin Botoșineanu. • Anderson, C. (2016). <i>TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbit în public</i>. București, Ed. Publica; trad. Iulia Berteau. • Baird, J.W., Stull, J. B. (2003). <i>Comunicarea în afaceri</i>. Ed. Comunicare.ro; trad. de Andreea Matei. • Beciu, C. (2011). <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i>. Iași, Polirom. • Bonchiș, E. (2019). <i>Învață să asculți</i>. Iași, Polirom. • Carnegie, D. (2008). <i>Cum să vorbim în public</i>. București, Curtea Veche ; trad. de Irina-Margareta Nistor. • Cialdini, R. B. (2014). <i>Psihologia persuasiunii. Totul despre influențare</i>. Business Tech International; trad. de Mihaela Budui. • Collet, P. (2012). <i>Cartea gesturilor europene</i>, București, Trei; trad. de Andreea Răsuceanu. • DeFleur, M. L, Ball-Rokeach, S. (1999). <i>Teorii ale comunicării de masă</i>. Iași, Polirom ; trad. de Doru Harabagiu. • Ekman, P. (2019). <i>Emoții date pe față. Cum să citim sentimentele de pe chipul uman</i>. București, Trei ; trad. de Mihaela Costea și Silviu Gherman. • Fexeus, H. (2014). <i>Arta de a citi gândurile</i>. București, Trei ; trad. de Mihaela Mariana Buruiiană. • Fexeus, H. (2018). <i>Manualul abilităților sociale superioare</i>. București, Trei ; trad. de Smaranda Nistor. • Goleman, D. (2007). <i>Inteligența socială. Noua știință a relațiilor umane</i>. București, Curtea Veche ; trad. de Ileana Achim. 			

- Hoff, R. (2002). *Regulile unei prezentari de succes*. București, Curtea Veche ; trad. de Luminița Cioroianu și Mihaela Gavrilă.
- Jean-Noël Kapferer, J.-N. (2002). *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*. Ed. Comunicare.ro ; trad. de Lucian Radu.
- Le Bon, G. (2010). *Psihologia timpurilor noi*, Ed. Antet ; trad. de Gabriel Avram.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Iași, Polirom ; trad. de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman.
- Nichols, M.P. (2010). *Ascultă-mă ca să te ascult. Capacitatea de ascultare poate îmbunătăți relațiile noastre*, București, Trei ; trad. de Ioana Bădulescu.
- Pease, A., & Pease, B. (2021). *Manualul limbajului trupului : sensurile ascunse ale gesturilor*. București, Curtea Veche Publishing ; trad. de Alina-Gabriela Rudeanu.
- Prutianu, Ș. (2004). *Antrenamentul abilităților de comunicare I*. Iași, Polirom.
- Prutianu, Ș. (2005). *Antrenamentul abilităților de comunicare II*. Iași, Polirom.
- Schawbel, D. (2013). *Manual de branding personal*. Amaltea
- Stănciugelu, Irina. (2009). *Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi*, București, Tritonic.
- Vocate, D. R. (1994). *Intrapersonal Communication: Different Voices, Different Minds*. Psychology Press.

Bibliografie minimală

- Abric, J.-C. (2002). *Psihologia comunicării. Teorii și metode*. Iași, Polirom ; trad. de Luminița și Florin Botoșineanu.
- DeFleur, M. L., Ball-Rokeach, S. (1999). *Teorii ale comunicării de masă*. Iași, Polirom ; trad. de Doru Harabagiu.
- Jean-Noël Kapferer, J.-N. (2002). *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*. Ed. Comunicare.ro ; trad. de Lucian Radu.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Iași, Polirom ; trad. de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman.
- Nichols, M.P. (2010). *Ascultă-mă ca să te ascult. Capacitatea de ascultare poate îmbunătăți relațiile noastre*, București, Trei ; trad. de Ioana Bădulescu.

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

- În stabilirea conținuturilor disciplinei s-au avut în vedere programele analitice similare existente în mediul academic național și internațional și competențele necesare unei comunicări eficiente. Parcurgerea cursului oferă viitorilor absolvenți posibilitatea dobândirii unor competențe utile în demersurile viitoare de analiză și înțelegere a comunicării intrapersonale, interpersonale, publice și de masă și permite adoptarea unor strategii de comunicare fundamentate științific. Modelele de bune practici discutate în cadrul cursului reprezintă un avantaj competițional al viitorilor absolvenți pe piața forței de muncă.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> - Însușirea conținutului teoretic conceptual al disciplinei (completitudinea și corectitudinea cunoștințelor, coerența logică, forța de argumentare) – CG1, CG7, CG10, CS1; - Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelelor specifice disciplinei (abilități certe de analiză aprofundată a domeniului psihologiei comunicării și a comunicării de masă, exemple comentate; mod personal de abordare și interpretare prin prisma bibliografiei parcurse) – O1, O2, O3, O4. 	<p>Evaluare periodică, prin participarea activă la cursuri.</p> <p>Evaluare sumativă prin examinare scrisă, pe baza tematicii de la curs, urmată de verificarea orală a gradului de îndeplinire a cerințelor în lucrarea scrisă.</p>	<p>10%</p> <p>50%</p>
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - Participarea activă la seminare. – O3, O4. - Înțelegerea și însușirea problematicii tratate la curs pentru a putea fi aplicată adecvat la seminare. – O1, O2. - Capacitatea de a utiliza corect și de a explica noțiunile fundamentale ale disciplinei. – O3, O4. - Rezolvarea sarcinilor în timpul seminarelor și a temei individuale. – O1, O2, O3. 	<p>Evaluare periodică prin examinare orală</p> <p>1. Prezentarea orală a unor puncte de vedere argumentate științific la cel puțin 4 seminare</p> <p>2. Prezentarea orală a unei teme de seminar</p>	<p>10%</p> <p>30%</p>

10.1. Standard minim de performanță evaluare la curs
<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a opera minimal în sfera teoretică a științelor comunicării; • capacitatea de a aplica informațiile specifice comunicării eficiente în situații concrete; • demonstrarea unui fond atitudinal coerent cu valorile promovate de o comunicare adaptată nevoilor societății contemporane;
10.2. Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă
<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a opera minimal în sfera teoretică a științelor comunicării; • capacitatea de a aplica informațiile specifice comunicării eficiente în situații concrete

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2024		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25.09.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2024	

Data aprobării în Consiliul facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	