

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	înv. cu frecvență
Programul de studii	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Comunicare mediatică audio-vizuală				
Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Ioana Mititelu				
Titularul activităților aplicative	Asistent drd. Mădălina Toma				
Anul de studiu	I	Semestrul	2	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DID - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorica 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	3	Curs	2	Seminar	2
I.b) Totalul de ore din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28

II. Distribuția fondului de timp	Ore
II.a) Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	14
II.c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	14
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități	-

Total ore studiu individual – II (a+b+c+d)	58
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	116
Numărul de credite	5

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/lucrări practice	• Calculatoare, videoproiector, televiziune online, acces Intranet / Internet.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP1: dezvoltă strategii de comunicare și utilizează tehnici de comunicare</p> <p>CP6: gestionează procese de lucru</p> <p>CP11: aplică strategii de marketing aferente platformelor de comunicare socială</p> <p>CP12: integrează conținutul în mediile de ieșire</p> <p>CP13: utilizează interfețe specifice aplicațiilor</p>
-------------------------	---

Competențe transversale	CT2 gândește în mod creativ
-------------------------	-----------------------------

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

Obiectivul general al disciplinei	– Expunerea principalelor teorii, modele și practici privind comunicarea mediatică, cu accent pe structura, rolul și eficacitatea mijloacelor audio-vizuale.
-----------------------------------	--

8. **Conținuturi**

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Sistemul de producție în audiovizual 1.1 Elemente tehnice 1.2 Resursa umană	4		
2. Tehnici de elaborare a produselor de comunicare mediatică audio-vizuală: sinopsis, scenariu, decupaj.	4		
3. Documentarul TV: de la idee la produsul finit	4		
4. Comunicare și promovare în cinematografie și televiziune 4.1 Specific și limite 4.2 Analiza pieței 4.3 Marketingul de producție 4.4 Strategii de marketing etapizate	4		
5. Distincții și premii 5.1 Premii și distincții internaționale 5.2 Premii și distincții naționale 5.3 Târguri și festivaluri 5.4 Studii de caz. Simulare proces de selecție	4	Prelegere participativă, dialog, prezentare multimedia, instructaj, dezbateri	
6. Comunicarea audiovizuală: online și streaming 6.1 De la platforme la podcasting 6.2 Tehnici de comunicare în online	4		
7. Evoluții în audiovizual 7.1 Cinematografia 7.2 Televiziunea 7.3 Elemente de istorie 7.4 Elemente de limbaj	4		

Bibliografie

BALABAN, Delia, *Comunicarea mediatică*, Tritonic, București, 2009.
 BAKER, Maxine, *Documentary in the digital age*, Oxford : Focal Press, 2006.
 BAZIN, Andre, *Ce este cinematograful?*, Editura UNATC Press, București, 2014.
 BĂLĂȘESCU, Mădălina, *Producția de Televiziune, Strategii, Principii, Tehnici*. Ed. Tritonic, 2015.
 BENOIT, Hervé, *Digital Television. Satellite, Cable, Terrestrial, IPTV, Mobile TV in the DVB Framework*, 2008.
 CASTELLS, Manuel, *Comunicare și putere*. Comunicare.ro, 2013.
 CĂLIMAN, CĂLIN, *Istoria Filmului Românesc: 1987-2000*, Editura Fundației Culturale Romane, 2000.
 CIULOA, Arianna; MARRAS, Cristina; SAHLE, Patrick, *Modelling between Digital and Humanities: Thinking in Practice*, OpenBook Publishers; Elsevier, SCOPUS, 2023.
 CORCIOVESCU, Cristina, MIHĂILESCU, Magda, *Noul Cinema Românesc - De la tovarășul Ceaușescu la Domnul Lăzărescu*. Ed. Polirom, 2011.
 DE PELSMACKER, Patrick, *Advertising in New Formats and Media*, Emerald, 2016.
 EINAV, Gali, *Digitized*, Emerald, 2019.
 GEOGHEGAN, Michael W., KLASS Dan, *Podcast Solutions. The Complete Guide to Podcasting*. Friends of, 2015.
 HAN, Byung-Chul, *The Transparency Society*. Stanford University Press, 2015.
 LOCHARD, G.; BOYER, H., *Comunicarea mediatică*, trad. rom., Institutul European, Iași, 1998.
 MARTIN, James, *Create Documentary Films, Videos, & Multimedia: A Comprehensive Guide to Using Documentary Storytelling Techniques for Film, Video, the Internet & Digital Media Nonfiction Projects*, Real Deal Press, 2010.
 MARTIN, Marcel, *Limbajul cinematografic*, trad. rom., Meridiane, București, 1981.
 PRICOP, Lucian, *Management în cinematografie*. Tritonic, București, 2004.

PRICOP, Lucian., MAXIM, Mecca., SOLOMON, Ada., *Marketing și Cinema*, Ed. Tritonic, 2012.
 RAYBURN, Dan, HOCH, Michael, *The Business of Streaming and Digital Media*, Elsevier, 2005.
 RINDFLEISCH, Aric, *Marketing in a Digital World*, Emerald, 2019.
 SPITZER, Manfred, *Demența digitală. Cum ne tulbură mintea noile tehnologii*. Humanitas, București, 2020.
 STEWART, Peter, *The Live-Streaming Handbook: How to Create Live Video for Social Media on Your Phone and Desktop*, Routledge, 2018.

Bibliografie minimală

BAZIN, Andre, *Ce este cinematograful?*, Editura UNATC Press, București, 2014.
 CIULOA, Arianna; MARRAS, Cristina; SAHLE, Patrick, *Modelling between Digital and Humanities: Thinking in Practice*, OpenBook Publishers; Elsevier, SCOPUS, 2023.
 DE PELSMACKER, Patrick, *Advertising in New Formats and Media*, Emerald, 2016.
 EINAV, Gali, *Digitized*, Emerald, 2019.
 MARTIN, James, *Create Documentary Films, Videos, & Multimedia: A Comprehensive Guide to Using Documentary Storytelling Techniques for Film, Video, the Internet & Digital Media Nonfiction Projects*, Real Deal Press, 2010.
 SPITZER, Manfred, *Demența digitală. Cum ne tulbură mintea noile tehnologii*. Humanitas, București, 2020.
 PRICOP, Lucian., MAXIM, Mecca., SOLOMON, Ada., *Marketing și Cinema*, Ed. Tritonic, 2012.
 RINDFLEISCH, Aric, *Marketing in a Digital World*, Emerald, 2019.

Aplicații (seminar):	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Evoluția producțiilor online. Implicații sociale și etice	2	Lucrul individual și în perechi, experimentul, exemplificarea, exerciții practice	
2. Tipuri de producții televizate. Jurnalul de știri și emisiunile	2		
3. Tehnici de elaborare a produselor de comunicare mediatică audio-vizuală (1)	2		
4. Tehnici de elaborare a produselor de comunicare mediatică audio-vizuală (2)	2		
5. Tehnica interviului în audiovizual	2		
6. Puterea mediatică a mesajului	2		
7. Filmul publicitar. Aplicații	2		
8. Producția audiovizuală. Comportamentul publicului spectator	2		
9. Elaborarea unui plan de marketing pentru un produs TV. Diversitatea și nișa de audiență	2		
10. Distincții și recompense în audiovizual. Analiza unor producții premiate: aspecte vizuale fundamentale, mesaj, tehnici	2		
11. Viitorul podcasturilor și al radioului online	2		
12. Online și streaming. Efectele digitalizării asupra platformelor și produselor de comunicare mediatică audio-vizuală	2		
13. Online: fake news și dezinformarea	2		
14. Producția audiovizuală. Reguli de compoziție, încadrături și unghiuri de filmare	2		

Bibliografie

BĂLĂȘESCU, Mădălina, *Producția de Televiziune, Strategii, Principii, Tehnici*. Ed. Tritonic, 2015.
 CIULOA, Arianna; MARRAS, Cristina; SAHLE, Patrick, *Modelling between Digital and Humanities: Thinking in Practice*, OpenBook Publishers; Elsevier, SCOPUS, 2023.
 DE PELSMACKER, Patrick, *Advertising in New Formats and Media*, Emerald, 2016.
 EINAV, Gali, *Digitized*, Emerald, 2019.
 HAMILTON, James, T., *All the news that's fit to sell: How the market transforms information*, Princeton University Press, Princeton, 2006.
 JENKINS, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, 2006.
 KELLNER, Douglas, *Cultura media*, Iași, Institutul European, 2001.
 LACEY, Nick, *Media institutions and audiences. Key concepts in media studies*, Palgrave, New York, 2002.
 MARTIN, Marcel, *Limbajul cinematografic*, trad. rom., Meridiane, București, 1981.
 OPREA, Bogdan, *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică*, Polirom, Iași, 2021.
 PRICOP, Lucian., MAXIM, Mecca., SOLOMON, Ada., *Marketing și Cinema*, Ed. Tritonic, 2012.
 RINDFLEISCH, Aric, *Marketing in a Digital World*, Emerald, 2019.
 ROȘCA, Luminița, *Producția textului de televiziune*, Editura Polirom, Iași, 2004.

Bibliografie minimală

BĂLĂȘESCU, Mădălina, *Producția de Televiziune, Strategii, Principii, Tehnici*. Ed. Tritonic, 2015.

CIULOA, Arianna; MARRAS, Cristina; SAHLE, Patrick, *Modelling between Digital and Humanities: Thinking in Practice*, OpenBook Publishers; Elsevier, SCOPUS, 2023.
 DE PELSMACKER, Patrick, *Advertising in New Formats and Media*, Emerald, 2016.
 EINAV, Gali, *Digitized*, Emerald, 2019.
 JENKINS, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, 2006.
 MARTIN, Marcel, *Limbaajul cinematografic*, trad. rom., Meridiane, București, 1981.
 OPREA, Bogdan, *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică*, Polirom, Iași, 2021.
 RINDFLEISCH, Aric, *Marketing in a Digital World*, Emerald, 2019.

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 producție în cadrul televiziunilor sau producțiilor cinematografice, 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-educative cuprinse 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	<ul style="list-style-type: none"> – Cantitatea și calitatea cunoștințelor acumulate și relevanța științifică a acestora. – Coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs referitor la analiza sau elaborarea unui produs mediatic audio-vizual. 	Evaluare formativă: observarea curentă a participării interactive a studenților și notare pe parcurs Evaluare sumativă: examinare orală (colocviu)	50 %
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> – Capacitatea de a reține și comunica cunoștințe esențiale, de a face conexiuni interdisciplinare cu punerea în practică a cunoștințelor dobândite. 	Evaluare continuă: teste, chestionare, probe practice de creație televizuală etc.	50 %

Standard minim de performanță:

10.1. Standard minim de performanță evaluare la curs

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.

10.2. Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă

Standarde minime pentru nota 5: capacitatea de a pune în practică a metodelor, conceptelor și noțiunilor prezentate, la nivel minimal;

Standarde minime pentru nota 10: conceperea și rezolvarea unor aplicații în domeniul comunicării audiovizuale; aplicarea limbajului și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
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	