

FIȘA DISCIPLINEI
(licența)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Limbi și Literaturi Străine
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Învățământ cu frecvență
Programul de studii	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Media și cultura populară				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. O Colacel				
Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. O Colacel				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC – complementară				DC
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

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

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	22
II d) Tutoriat	
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	72
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	102
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• sala de curs cu videoproiector
Desfășurare aplicații	Seminar • sala de seminar cu Internet, videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării CP 5 Conceperea și implementarea planurilor de campanie de promovare a imaginii (unei organizații, unui produs, unei persoane), de promovare a unei idei și de responsabilitate socială;
Competențe transversale	CT 1 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** (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> valorificarea conceptelor care stau la baza identificării textelor media populare
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> utilizarea conceptelor legate de relația dintre cultura populară și comunicarea mediatică și mediatizată recunoașterea textelor media populare în sfera publică românească clasificarea textelor media

8. **Conținuturi**

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Studiile culturale, cultura populară și media	2	Curs sintetic, dialog	
• Media tabloidă: <i>Libertatea</i> , <i>Click</i>	2	Curs sintetic, dialog	
• Narațiuni vizuale în media: banda desenată (<i>Harap Alb Continuă</i>)	2	Curs sintetic, dialog	
• Melodrama ca gen popular al (mass) media (<i>Te iubesc de nu te vezi</i>)	2	Curs sintetic, dialog	
• Realitatea reality-show-ului: <i>Vocea României</i> , <i>Românii au Talent</i> , <i>Jurnal pentru copii</i>	2	Curs sintetic, dialog	
• Rețeaua socială ca exemplu a noilor media (<i>Facebook</i> , <i>ResearchGate</i>)	2	Curs sintetic, dialog	
• Televiziunea de știri și cultura senzaționalului (<i>RomâniaTV</i>)	2	Curs sintetic, dialog	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Bentley, N. et al (eds.). 2018. <i>Youth Subcultures in Fiction, Film and Other Media. Teenage Dreams</i>, Basingstoke: Palgrave Macmillan Heit, J. 2011. <i>Vader, Voldemort and Other Villains Essays on Evil in Popular Media</i>, Jefferson, N.C.: McFarland. Geczy, A., Karaminas, V. 2018. <i>Fashion and Masculinities in Popular Culture</i>, London and New York: Routledge Peters, M. A. et al. 2018. <i>Post-Truth, Fake News Viral Modernity & Higher Education</i>, Cham: Springer Roberts J., MacCallum-Stewart, E. (eds.), 2016. <i>Gender and Sexuality in Contemporary Popular Fantasy. Beyond boy wizards and kick-ass chicks</i>, London and New York: Routledge Uscinski, J. E. 2014. <i>The People's News Media, Politics, and the Demands of Capitalism</i>, New York University Press 			
Bibliografie minimală			
• Geraghty, L. 2015. <i>Popular Media Cultures. Fans, Audiences and Paratexts</i> , Basingstoke: Palgrave Macmillan			

Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Public țință, identitate și semiotica spațiului în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
• Reprezentarea capitalului cultural în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
• Procese hegemonice în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
• Corpul perfect și viața sănătoasă: retorica îmbunătățirii sinelui în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
• Reprezentarea noțiunilor de copil și copilărie în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
• Rasă, etnicitate și națiune în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
• Gen și auto-identificare în (mass) media	2	Dialog, analiză textuală	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Boyle, R. & Haynes, R. 2009. <i>Power Play Sport, the Media and Popular Culture</i>, Edinburgh University Press Gaines, E. 2010. <i>Media Literacy and Semiotics</i>, New York: Palgrave Macmillan Harris-Moore, D. 2014. <i>Media and the Rhetoric of Body Perfection Cosmetic Surgery, Weight Loss and Beauty in Popular Culture</i>, Farnham: Ashgate 			

- Peterson, J. B. 2014. *In Media Res. Race, Identity, and Pop Culture in the Twenty-First Century*, Lewisburg: Bucknell University Press
- Bibliografie minimală
- Baran, S. J. 2014. *Introduction to Mass Communication MEDIA LITERACY AND CULTURE*, McGraw-Hill

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

- Cursul își propune discutarea și înțelegerea media populare ca mijloace de educare a producătorului și consumatorului de media, cu scopul de a întâmpina informat piața concurențială a profesiei și de a reacționa adecvat la provocările diferitelor genuri de comunicare publică în media și cultura populară actuale.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Înțelegerea producției și consumului de texte media populare în contextul culturii românești și globale. Folosirea cunoștințelor acumulate în analize și sinteze proprii	Probă scris, urmată de verificarea orală a gradului de îndeplinire a cerințelor din lucrarea scrisă	50%
Seminar	Contextualizarea fenomenelor analizate Realizarea de corelații ideatice Argumentarea opiniilor pro și contra	Observația sistematică și verificarea referatului	50%
Standard minim de performanță (curs și seminar): <ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea adecvată a conceptelor uzitate în studiul culturii populare și a textelor media populare • Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care conținuturile multimedia sunt distribuite la nivel local și național • Recunoașterea și contextualizarea principalelor teorii cu privire la comunicarea mediatică și mediatizare 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
24 septembrie 2024		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25 septembrie 2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26 septembrie 2024	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27 septembrie 2024	