

FIȘA DISCIPLINEI

Licență

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	de Limba și Literatura Română și Științele Comunicării
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii / calificarea	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	PSIHOLOGIA CONSUMATORULUI DE MEDIA DIGITALĂ				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Călin Horia Bârleanu				
Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Călin Horia Bârleanu				
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorica 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	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	28
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)	56
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	• nu
Competențe	• nu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• nu
Desfășurare aplicații	Seminar • nu

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) CP3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare prin intermediul mediilor digitale CP6. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării prin media digitală
-------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> - însușirea și valorificarea conceptelor de baza din domeniu: psihologie, psihanaliză, subconștient, minciună, proiecție, empatie, conformism, schimbare socială, media, consumerism. - formarea de capacități necesare pentru a înțelege procesul de comunicare din perspectivă psihologică; - transmiterea unor informații esențiale pentru decodarea eficientă a tuturor scenariilor de comunicare interumană: microexpresii și proiecții, efectul Pygmalion și autoîndeplinirea profetiilor.
-----------------------------------	--

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere în psihologie. Noțiuni esențiale și discipline conexe	2	expunere sistematică, conversație, problematizare	prezentare orală și prezentare power point
2. Discipline conexe psihologiei. Antropologia culturală și psihanaliza.	2		
3. Tipuri psihologice umane. Adaptare și rezistență în fața stimulilor noi.	2		
4. Stima de sine și brandul. Comunicarea online și acțiunea de a „posta”.	2		
5. Imagine și cuvânt. Diferențe în reprezentările mentale și în procesele cognitive.	2		
6. Psihologia comportamentală. Comportament de tip reflex, adictiv și mecanisme de apărare.	2		
7. Mărci comportamentale și ideologice specifice platformelor online.	2		
8. Între creativitate și mirajul „postării forward”.	2		
9. Dedublarea personalității între realitate și mit. Noile media și impactul asupra stimei de sine.	2		
10. Riscuri și beneficii. Incidența fenomenului „fake news”, „deep fake”. Cultura promovării minciunii.	2		
11. Cultura și educația în tipul de interacțiune cu media.	2		
12. „Rezistență” la schimbare și nou. Gândirea magică.	2		
13. Ecranul ca facilitator al procesului de comunicare. Mituri și cercetări.	2		
14. Componenta subliminală. Între mit și realitate.	2		

Bibliografie

Jung, Carl Gustav, *Tipuri psihologice*, Traducere de Viorica Nișcov, București, Editura Humanitas, 1997.
Freud, Sigmund, *Psihopatologia vieții cotidiene*, traducere Daniela Ștefănescu, București, Editura Trei, 2006.
Mucchielli, Alex, *Arta de a comunica, metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, traducere de Giuliano Sfichi, Editura Polirom, 2005.
Patti M. Valkenburg, Jessica Piotrowski, *Generația digitală și dependența de media*, București, Editura Niculescu, 2018.

Bibliografie minimală

Vingan, Nechita Alina, *Comunicarea digitală. Provocări și perspective*, București, Editura EIKON, 2014.
Havey, Allison, *Sex, like-uri și rețele sociale*, București, Editura Niculescu, 2017.
Dominick, Joseph R., *Ipostazele comunicării de masă. Media în era digitală*, București, Editura Comunicare.ro, 2009.

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Tip psihologic și conținut audio.	2	conversație, problematizare, prezentare orală și prezentare power point	lucru individual și pe grupe
2. Tip psihologic și conținut video.	2		
3. Social media. Evoluție tehnologică. Ipoteze privind involuția instrumentelor sociale.	2		
4. Informații, știri și comunicare prin noile media. Tipologie psihologică.	2		
5. Manifest și latent în „visual story telling”.	2		
6. Afaceri online și comunitățile virtuale. Aplicație grupuri: „La primul bebe”, „NMP” (exemple).	2		
7. Identitate și alteritate. Exercițiul toleranței în media digitală.	2		

Bibliografie
Jung, Carl Gustav, <i>Tipuri psihologice</i> , Traducere de Viorica Nișcov, București, Editura Humanitas, 1997.
Freud, Sigmund, <i>Psihopatologia vieții cotidiene</i> , traducere Daniela Ștefănescu, București, Editura Trei, 2006.
Bibliografie minimală
Havey, Allison, <i>Sex, like-uri și rețele sociale</i> , București, Editura Niculescu, 2017.
Grigorași, Cătălina, <i>Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ</i> , Buurești, Editura Comunicare.ro, 2017.


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

Conținuturile disciplinei *Psihologia consumatorului de media digitală* corespund exigențelor programelor de studii similare din principalele centre universitare din țară (Iași, București, Timișoara, Cluj-Napoca, Brașov etc.), precum și din străinătate, contribuind astfel la lărgirea orizontului profesional și la calificarea superioară a studenților suceveni, în concordanță cu normele și cerințele europene.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	cunoașterea, interpretarea corectă și aplicarea sintetică a conținuturilor teoretice	Formativă (Examen scris)	50%
Seminar	participarea activă la seminarii	Sumativă (Examen parțial)	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; capacitatea de a contextualiza cerințele subiectelor de examen și parcurgerea bibliografiei minimale recomandate.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
24.09.2024		

Data avizării	Semnătura directorului de departament
25.09.2024	
Data avizării în departament	
26.09.2024	

Data aprobării în Consiliul facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	