

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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	Licență
Programul de studii	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Social media și produsele sale				
Anul de studiu	II	Semestrul	2	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specializare, DC – complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DOB – obligatorie, DOP – opțională, DFA - facultativă				DOB

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

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

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	45
II.b) Tutoriat (pentru ID)	-
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	47
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	75
Numărul de credite	3

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	CP10 gestionează proiecte de dezvoltare de conținut CP12 integrează conținutul în mediile de ieșire CP13 utilizează interfețe specifice aplicațiilor
Competențe transversale	-

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul; C.3.1. distinge între diferite tipuri de	Studentul/Absolventul: A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). A.7.1. utilizează instrumente	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile.	online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.4.gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvagardarea informațiilor și datelor în contexte profesionale.	
--	---	--

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

Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea dezvoltării noilor media și fenomenelor asociate din punct de vedere tehnologic, politico-economic și social; Conceperea, organizarea/gestionarea și aplicarea unui program de comunicare pentru mediul on-line;
-----------------------------------	--

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Internetul și cele trei revoluții media: De la primul browser World Wide Web la Social Media. Definirea termenilor: Istorie, și caracteristici. Caracteristicile comunicării pe rețelele de socializare: New media și Old Media.	2		
2. Ecosistemul social media. Site-uri web (browsing social media): rețele sociale (social networks) generale și specializate, forumuri și anunțuri on-line, bloguri – jurnale online ale utilizatorilor și microbloguri, video-bloguri, enciclopedii online - universul wiki, distribuire de conținut media (media sharing) video, audio și foto sharing, podcast, recenzii/voturi/recomandări, întrebare și răspuns (Q&A), semne de carte (social bookmarking), viață în timp real (life streaming și life casting), viață virtuală pe suport browser (virtual word). Aplicații social-media: conversație în timp real (instant messaging), softuri care permit citirea fluxurilor de noutăți (RSS – Really Simple Syndication), rețea de socializare bazată pe locație, agregatori de conținut, motoare de căutare, aplicații pentru mobil, aplicații pentru producție și afaceri. SAFKO, Lon, BRAKE, David K., (2009) The Social Media Bible. Tactics, Tools, and Strategies for Business Success, Wiley	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; – Expuneri libere și analize pe material tipărit și audio-vizual	
3. Aspecte etice, legale și deontologice în social media. Redefinirea sferei publice și a spațiului privat. Social media: Utilizări și efecte. Riscuri și oportunități.	2		
4. Social-media și relațiile inter-personale: interacțiune și socializare în social media între intimitate și expunere publică. Viața în rețea. Viață virtuală pe suport browser (virtual word) și jocuri online (MMOG – Massively Multiplayer Online Game). Forme ale violenței în social media.	2	– Prezentare orală, studii de caz + multimedia	
5. Conținuturi generate de utilizatori. Folksonomii, și inteligența colectivă.	2		
6. Marketing politic în social media. Social Media și Marketing Digital: strategii și tactici de comunicare și PR în mediul on-line pentru un marketing viral.	2		
7. Social media și democrația. Media alternative. Jurnalismul participativ, jurnalismul cetățenesc și jurnalismul civic în social media. Social media în epoca post-adevărului. Fake-news: manipulare și propagandă în comunicarea în mediul on-line.	2		

Bibliografie minimală recomandată

ALTER, Adam, 2017, Irezistibil, Dependenta de tehnologie si afacerile din spatele ei, Publica. (USV BIB. II 54180)
 BACONSKI, Teodor, (2015) Facebook. Fabrica de narcisism, Humanitas.
 BERGER, Jonah, 2015, Contagios: cum se răspândesc ideile, Publica. (USV BIB. II 54181)
 BĂDĂU, Horea Mihai, 2011, Tehnici de comunicare în social media, Polirom..(USV BIB III 21953)
 CASADEI, Iacopo, BILOTTI, Andrea, (2016) A fi părinte în vremurile Facebook și WhatsApp. Gestionarea oportunităților și riscurilor noilor tehnologii, Lizuka Educativ..(USV BIB, II 54213)
 EAGLE, Alan, SCHMIDT, Eric, Rosenberg, Jonathan, 2017, Cum funcționează Google, Publica.(USV BIB, II 54182)
 FOWLER, James H., CHRISTAKIS, Nicholas A., (2015) Connected. Puterea surprinzătoare a rețelelor sociale si felul in care ne modeleaza viata, Curtea Veche.. (USV BIB, II 54214)
 GANSKY, Lisa, 2011, În rețea, De ce sharing-ul reprezintă viitorul afacerilor, Publica. (USV BIB. II 54183)
 GODIN, Seth, 2015, Triburi, Publica. (USV BIB, I 15899)
 KAWASAKI, Guy, Fitzpatrick, Peg, 2015, Arta rețelelor sociale. Sfaturi pentru utilizatori experimentați, Publica. (USV BIB.II 52577)
 KIRKPATRICK, David, (2011), Efectul Facebook, Philobia..(USV BIB. III 25281)
 SACHS, Jonah, 2016, Războiul poveștilor, Black Button Books.(USV BIB.II 54190)
 SCHAEFER, Mark W., (2016), Rețelele de socializare explicate, ACT si Politon.(USV BIB. II 54191)
 STONE, Biz, 2014, Ce mi-a șoptit o vrăbiuță – Confesiunile unei minți creative, Publica.(USV BIB. II 54184)
 TAPSCOTT, Don, 2011, Crescuți digital. Generația Net îți schimbă lumea, Publica.
 ULMANU, Alexandru (2011), Cartea Fețelor, Humanitas.(USV BIB. II 54215)
 WILLIAMS, Anthony, D., TAPSCOTT, Don, 2010, Wikinomics. Cultura colaborării în masă, Publica.(USV BIB. II 54185)
 ZBUCHEA, Alexandra, PÂNZARU, Florina, GALALAI, Cristina (2009), Ghid esențial de promovare, Tritonic.(USV BIB.II 54216)

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Trecerea în revistă a aplicațiilor, funcțiilor și caracteristicilor principalelor rețele de socializare.	2	– Prezentare, dezbateri, studii de caz + multimedia	
2. Social media în comunicarea organizațională. Tehnici și instrumente specifice de RP. Strategii de comunicare online.	2	– Proiecte individuale și de grup + dezbateri	
3. Brand și identitate vizuală în mediul online.	2	– Activitate practică individuală;	
4. Studii de caz: campanii și website-uri de succes.	2	– Demonstrație și activitate practică individual și pe echipe.	
5. Crearea și administrarea unei campanii de PR pentru social-media.	2		
6. Branding yourself. Crearea și administrarea unor conturi personale în diverse social media.	2		

7.Eficiența comunicării online. Monitorizarea traficului.	2		
Bibliografie minimală recomandată			
GANSKY, Lisa, 2011, În rețea, De ce sharing-ul reprezintă viitorul afacerilor, Publica.(USV BIB. II 54183)			
EAGLE, Alan, SCHMIDT, Eric, Rosenberg, Jonathan, 2017, Cum funcționează Google, Publica.(USV BIB, II 54182)			
KAWASAKI, Guy, Fitzpatrick, Peg, 2015, Arta rețelelor sociale. Sfaturi pentru utilizatori experimentați, Publica.(USV BIB.II 52577)			
SCHAEFER, Mark W., (2016), Rețelele de socializare explicate, ACT și Politon.(USV BIB. II 54191)			
ZBUCHEA, Alexandra, PÂNZARU, Florina, GALALAIE, Cristina (2009), Ghid esențial de promovare, Tritonic. (USV BIB.II 54216)			

8. 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 care compun ecosistemul social media. (CP 10), (C2.1), (C2.2) Identificarea și descrierea componentelor principale ale ecosistemului social media(CP 10), (C2.3) Explicarea detaliată a caracteristicilor comunicării pe rețelele de socializare, comparativ cu Old Media.; (CP 12), (C2.4) Prezentarea teoriilor și modelelor comunicării mediate de computer (CMC) în contextul comunicării de masă. (CP10/C2.1) Explicarea riscurilor și oportunităților asociate utilizării Social Media.(CP10, CP11, CP12/A4.1, A6.1) Analiza aspectelor etice, legale și deontologice în social media și modul în care acestea redefinesc sfera publică și spațiul privat.(CP10, CP11, CP12/A4.1, A6.1) Argumentarea rolului Social Media în jurnalismul participativ, cetățenesc și civic(CP10/C2.4, C3.1) 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluare formativă; observarea curentă a participării interactive a studenților; Evaluare orală; 	50 %
Laborator/ Lucrări practice	<ul style="list-style-type: none"> Folosirea noțiunilor și conceptelor de bază în argumentarea strategiilor și a alegerilor făcute în cadrul proiectului de administrare a paginii. (CP12/A3.1) Capacitatea de a face conexiuni ideatice (intradisciplinare și interdisciplinare) în analiza studiilor de caz privind campaniile de succes. (CP12, CP13/A.3.1) Respectarea succesiunii etapelor în configurarea mesajelor și a procesului de dezvoltare a campaniei de PR pentru social media.(CP12, CP13, A.7.1, A7.4) Aplicarea practicilor de producție pentru tipuri variate de conținut (text, foto, audio, video) și integrarea eficientă a acestuia în mediile de ieșire (CP12/A.3.1) Demonstrarea abilității de a crea și administra conturi/pagini/canale (Facebook, YouTube etc.) (CP10) Adaptarea eficientă a brandului și a identității vizuale la cerințele și interfețele specifice mediului online (CP13) Evaluarea percepției publice a tendințelor și a intereselor publicului pentru conținutul administrat în proiect, demonstrând înțelegerea audienței(A.6.1), (C2.2) Gestionarea eficientă a sistemelor pentru stocarea, selectarea și organizarea datelor/informațiilor necesare în contexte profesionale (de exemplu, monitorizarea traficului)(A.7.4) Structurarea clară și profesionistă a prezentării proiectului (metodă de evaluare) și demonstrarea capacității de a iniția conversații în raport cu o marcă (A.6.1). 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluare pe parcurs: Proiect de administrare a unei pagini de Facebook sau a unui canal de YouTube Prezentarea proiectului de cercetare Observarea curentă a participării interactive a studenților; 	50 %

Fișa disciplinei include, dacă este cazul, elemente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

Data completării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura titularului de curs	Grad didactic, nume, prenume, semnătura titularului de aplicație
23.09.2025	Lector univ. dr. Petru Ioan MARIAN-ARNAT	Asist. univ. dr. Iulia-Simona ȘIRGHI-COVALCIUC

Data avizării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura responsabilului de program
23.-9.2025	Conf.univ. dr. Evelina Mezalina GRAUR

Data avizării în departament	Grad didactic, nume, prenume, semnătura directorului de departament
23.-9.2025	Prof. univ dr. Claudia COSTIN

Data aprobării în consiliul facultății	Grad didactic, nume, prenume, semnătura decanului
26.09.2025	Prof. univ dr. Daniela-Viorica PETROȘEL