

FIȘA DISCIPLINEI

Universitatea Academiei de Științe a Moldovei Facultatea Științe Socioumanistice			Denumirea cursului: Sociologia comunicării Codul cursului în planul de studii: S.03.O.017				
Nivelul calificării ISCED: 5 Domeniul de formare profesională: 221 Filosofie Specialitatea: 221.1 Filosofie			Catedra responsabilă de curs: Filosofie, Istorie și metodologia cercetării Titular/Responsabil de curs: dr., R. Ciobanu				
Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
total	contact direct	studiu individual	curs	seminar	laborator		
120	60	60	30	30		E	4
<p>Descriere succintă a corelării cursului cu programul de studii</p> <p>Studentii vor asculta un ciclu de lecții asupra problemelor de sociologia comunicării, apoi cunoștințele teoretice vor fi aplicate în activitatea practică la seminare, pentru ca ulterior să se reușească extinderea cunoștințelor însușite și la cadrul social. Cunoștințele acumulate pe parcursul semestrului vor familiariza viitorii specialiști cu specificul problemelor de sociologia comunicării, cu formele și metodele opiniei publice, coraportul între mass media și imaginea etc. Cursul se împarte în două secțiuni: Secțiunea I oferă un cadru teoretic și metodologic de înțelegere, explicare și analiza a comunicării raportate fenomenului de opinie publică. Secțiunea a II-a abordează procesul comunicării de masă din perspectivă sociologică, punând în relație mass-media cu fenomenele ce au loc la nivelul receptorului și cu opinia publică.</p>							
<p>Competențe dezvoltate în cadrul cursului</p> <p>Competențe generale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea, identificarea și interpretarea conceptelor și teoriilor fundamentale ale filosofiei; - Dezvoltarea capacității de memorare, generalizare și analiză critică a informației din domeniul filosofiei, care permite viitorului specialist să își asume responsabilități și să se adapteze operativ la modificările din societate; - Comunicarea logică, coerentă, argumentată a informației privind diverse tipuri de filosofie și stiluri de filosofare în limba de stat și alte limbi, în medii profesionale și alte medii social-economice; - Aplicarea tehnologiilor informaționale și a tehnicilor de management al informației; - Proiectarea activității profesionale atât independent, cât și cu semenii în cadrul echipei, sau cu factori de decizie, într-un context național și internațional. <p>Competențe specifice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea de către studenți a bazelor sociologiei ca știință; - Dezvoltarea capacității/abilității de aplicare a cunoștințelor însușite în practicare socială; - Aprecierea critică a realității sociale; - Capacitatea elaborării generalizărilor asupra cadrului social comunicațional; - Utilizarea noțiunilor, principiilor și metodelor de studiu contemporane în cercetarea științifică și în acțiunile practice; - Cunoașterea principiilor de comunicare eficientă din perspectiva socială; - Definirea și exprimarea specificității problemelor din cadrul sociologiei comunicării; - Estimarea rolului sociologiei comunicării în activitatea profesională și în relații sociale cotidiene; - Aplicarea cunoștințelor acumulate în soluționarea problemelor cu caracter comunicațional. 							
<p>Finalități de studii</p> <p>Studentul la finele cursului va fi capabil:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aplicarea teoriilor însușite în acțiuni practice; - aplicarea principalelor metode și tehnici în studiul opiniei publice; - să compare diverse moduri de interpretare a datelor sondajelor de opinie; - să utilizeze diverse modele de analiză a comunicării de masă; - să clasifice funcții ale comunicării de masă; - să argumenteze rolul receptorului în analiza procesului comunicațional și a metodologiei utilizate în studiile de audiență; - să creeze mecanisme de formare a opiniei publice; - să formuleze explicații asupra modului în care se analizează opinia publică; - să recomande metode de eficientizare a comunicării de masă; 							

- să formuleze interpretări a datelor sondajelor de opinie publică;
- să estimeze limitele rezultatelor sondajelor în investigarea opiniei publice;
- să evalueze efectele comunicării de masă.

Condiții pre-rechizit: *Introducere în științele comunicării, Logica și teoria argumentării*

Teme de bază: Obiectul de studiu al sociologiei comunicării. Perspectiva sociologică asupra comunicării. Teorii și curente fundamentale în studiul sociologic al comunicării. Comunicare și opinie publică. Esența opiniei publice. Opinii și atitudini sociale. Formarea și exprimarea opiniei publice. Metode și tehnici de investigare a opiniei publice. Sociologia comunicării de masă. Funcțiile mass media. Efectele comunicării de masă. Audiența media. Propaganda, persuasiunea, publicitatea ca forme de comunicare.

Strategii de predare-învățare: prelegeri interactive, lecții asistate la calculator, proiecte; consultații.

Strategii evaluare:

Evaluare realizată prin diverse metode: oral și în scris, prezentări, rapoarte, participarea la discuții, portofolii etc. Nota finală se constituie din: rezultatul evaluării finale (40%), evaluărilor curente (40 %), evaluare calității lucrului individual al studentului (20%) pe parcursul semestrului, inclusiv portofoliul, participare la discuții, prezentări, activitatea la seminare etc.

Bibliografie selectivă:

1. Aurelian Bondrea, Sociologia opiniei publice și a mass media, Ed. Fundației Romania de Maine, București, 1997;
2. Septimiu Chelcea, Sociologia opiniei publice, Facultatea de Comunicare si Relații Publice „David Ogilvy”- SNSPA, București, 2000;
3. Ion Dragan, Opinia publica, comunicarea de masă și propaganda, Ed. Științifică si enciclopedica, București, 1980;
4. Ioan Dragan, Paradigme ale comunicării de masa, Casa de Editura si Presa „Șansa” SRL, București, 1996 ;
5. Jean Noel Kapferer, Căile persuasiunii - Modul de influențare a comportamentelor prin comunicare si publicitate, Editura INI, București;
6. Rodica Ciobanu, Logica și teoria argumentării. Chișinău, 2012.

Data

Semnătura