

**FI A DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării și Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice/ Specialist în relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Propaganda. Teorii și studii de caz						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Viorel Țuțu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Viorel Țuțu						
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tip de evaluare	VP	2.7 Regimul disciplinei	OP

3. Timpul total estimat (ore pe semestrul de activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	28
3.7 Din care: Total ore <u>on-line</u>	0	din care: 3.8 curs on-line	0	din care: 3.9 seminar on-line	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					10
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					69
3.8 Total ore pe semestrul					125
3.9 Număr de credite					4

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	–
4.2 De competențe	–

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	–
5.2 De desfășurare a seminarului	–

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate;</p> <p>C1.1 Cunoașterea noțiunilor de bază;</p> <p>C.1.2. Utilizarea acestei terminologii pentru identificarea fenomenului propagandei și diferențierea lui de alte forme ale comunicării persuasive;</p> <p>C2. Dobândirea capacității de a analiza fenomenul propagandei prezent în diferitele tipuri de comunicare publică (politic, mediatic, artistic, religios, comercial etc.) din perspectiva modelelor teoretice învățate și formarea aptitudinii de a le aplica în analiza studiilor de caz;</p> <p>C2.1. Cunoașterea principalelor teorii și modele referitoare la fenomenul propagandei;</p> <p>C2.2. Dobândirea capacității de a aplica aceste modele pentru a analiza propaganda politică, artistică, mediatică, religioasă, comercială din punctul de vedere al formelor, tehnicilor și mecanismelor de funcționare, dar și din perspectiva formelor de contracarare a propagandei.</p>
--------------------------------	---



Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretic , cât și practic - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficient în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
--------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1. Obiectivul general	Asimilarea noțiunilor de bază privind propaganda, și familiarizarea cu trăsăturile și formele acesteia. Cunoașterea modelelor teoretice cu privire la fenomenul propagandei și aplicarea acestora în analiza studiilor de caz.
7.2. Obiectivele specifice	<p>Studentii care finalizează cu succes această disciplină vor fi capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> • să definească noțiunile de fundamentale; • să cunoască formele și trăsăturile propagandei; • să distingă fenomenul propagandei de alte forme de comunicare persuasivă ; • să înțeleagă principalele teorii și modele privind propaganda și să le utilizeze în analiza unor cazuri istorice și contemporane de propagandă politică , artistică , mediatică religioasă , comercială .

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații
1.	I. Propaganda. Aspecte teoretice Noțiuni introductive și delimitări conceptuale	<ul style="list-style-type: none"> • descrierea • expunerea problematizată • explicația • studiul de caz • conversația euristică • Analiza textelor, imaginilor, materialelor audio-video 	<p>Suportul de curs este constituit din:</p> <ul style="list-style-type: none"> • conținutul prelegerilor • lucrările menționate în bibliografie • resurse online
2.	Definiția și trăsăturile propagandei		
3.	Formele ale propagandei		
4.	Tehnici de propagandă		
5.	Efecte ale propagandei		
6.	Modele teoretice de analiză a fenomenului propagandei		
7.	II. Studii de caz Forme istorice ale propagandei politice și religioase;		
8.	Instituții și practici de propagandă politică în timpul celor două războaie mondiale		
9.	Propagandă politică în perioada Războiului Rece. Instituții și practici ale propagandei românești din perioada comunistă		
10.	Evoluții contemporane ale fenomenului propagandei politice: campaniile online, noile forme de război psihologic și hibrid		
11.	Propagandă în mass-media tradițională și în Noile Media. Propagandă teroristă online		
12.	Comunicarea artistică și propagandă. Filmele de propagandă		

Bibliografie**Referințe principale**

- Auerbach, Jonathan and Castronovo Russ. 2013. *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*. Oxford University Press.
- Bernays, Edward. 1928. *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Cull, Nicholas et al. 2003. *Propaganda and Mass Persuasion. Historical Encyclopedia*. Oxford: Abc-Clio Inc.
- Denize, Eugen. 2011. *Propaganda comunistă în România (1948-1953)*. Suceava: Ed. Cetatea de Scaun.
- Ellul, Jacques. 1973. *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.
- Hentea, Călin. 2012. *Enciclopedia propagandei românești*. Editura Adevarul.
- Hentea, Călin. 2014. *Statul și Propaganda*. Iași: Institutul European.
- Hermann, Edward, Chomsky, Noam. 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- Ilie, Oana. 2014. *Propagandă politică. Tipologii și arii de manifestare (1945-1958)*. Suceava: Ed. Cetatea de Scaun.



Jowett, Garth S. și O'Donnell, Victoria. 2012. *Propaganda and Persuasion*. London: Sage Publications Inc.
 Kallis, Aristotle. 2005. *Nazi Propaganda and The Second World War*. PALGRAVE MACMILLAN.
 Lippmann, Walter. 1993. *The Phantom Public (Reprint edition)*. Transaction Publishers.
 MacDonald, Scot. 2007. *Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century_ Altered Images and Deception Operations*. Routledge.
 Stanley, Jason. 2015. *How Propaganda Works*. Princeton: Princeton University Press.
 Taylor, Philip M. 2003. *Munitions of the mind: a history of propaganda from the ancient world to the present era [3rd ed]*. Manchester University Press.
 Tsfat, Yariv și Weimann Gabriel. 2002. „Terror on the Internet”. *Studies in Conflict & Terrorism*, 25: 317–332.
 Weimann, Gabriel. 2015. *Terrorism in Cyberspace: The Next Generation*. Columbia University Press.

Referințe suplimentare

Gillespie, David. 2000. *Early Soviet Cinema- Innovation, Ideology and Propaganda*. Wallflower.
 Herman, Edward. 2000. „The Propaganda Model: A Retrospective”. *Journalism Studies*, University of Pennsylvania, vol.1, nr.1.
 Iuș, Viorel. 2017. „Propaganda teroristă și orchestrarea violenței în mediul online”. *Analele științifice ale Universității Al.I.Cuza. Științe ale Comunicării* 9: 7-24.
 Welch, David. 2001. *Propaganda and the German Cinema 1933-1945 (Cinema and Society)*. I. B. Tauris.

8.2	Seminar	Metode de predare	Observații
1.	I. Propaganda. Aspecte teoretice Noțiuni introductive și delimitări conceptuale	<ul style="list-style-type: none"> •expunerea problematizată •discuția •observația dirijată •observația independentă •explicarea •studiul de caz • Analiza textelor, imaginilor, materialelor audio-video 	<p>Fiecare student trebuie să susțină în public un proiect de seminar (aspecte teoretice și studii de caz corespunzătoare unei teme)</p>
2.	Definiții și trăsăturile propagandei		
3.	Forme și tehnici de propagandă		
4.	Efecte ale propagandei		
5.	Modele teoretice de analiză a fenomenului propagandei		
6.	II. Studii de caz Origini istorice și evoluții premergătoare secolului XX		
7.	Forme istorice și contemporane ale propagandei religioase;		
8.	Instituții și practici de propagandă politică în timpul celor două războaie mondiale		
9.	Propagandă politică în perioada Războiului Rece. Instituții și practici ale propagandei românești din perioada comunistă		
10.	Evoluții contemporane ale fenomenului propagandei politice: campaniile online, noile forme de război psihologic și hibrid		
11.	Propagandă în mass-media tradiționale și în Noile Media. Propagandă teroristă online		
12.	Comunicarea artistică și propagandă. Filmele de propagandă		

Bibliografie

Identic cu bibliografia cursului.



9. Coroborarea conținutului disciplinei cu activitățile reprezentative ale comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul relațiilor publice

Urmând cursurile și seminariile de la disciplina Propaganda. Teorii și studii de caz, studenții învață să înțeleagă și să interpreteze în acest fenomen, să-l diferențieze de alte tipuri de comunicare persuasivă, să înțeleagă formele, tehnicile de propagandă, să se familiarizeze cu modele teoretice și să le aplice în analiza unor cazuri de propagandă religioasă, politică, artistică, mediatică care pot fi întâlnite în sfera comunicării publice în care își vor desfășura în activitatea lor profesională ceea ce le asigură o competență esențială care îi face pe absolvenții acestui curs angajabili pe piața serviciilor de comunicare și relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota final (%)
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> •Capacitatea de a defini conceptele fundamentale •Capacitatea de a distinge fenomenul propagandei de alte forme ale comunicării persuasive •Capacitatea de a identifica, defini și exemplifica trăsăturile și formele propagandei •Capacitatea de a înțelege, prezenta și aplica modelele teoretice specifice •Capacitatea de a analiza cazurile de propagandă politică, mediatică, religioasă, artistică 	Evaluarea proiectului final atât în privința calității prezentării, cât și a calității textului redactat	50
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> •Prezența activă la seminarii. Absolvirea cursului este condiționată de participarea activă la minimum 7 seminarii (când există motive obiective prezențele se pot realiza și cu alte grupe). •Elaborarea și susținerea publică a unui proiect de seminar •Participarea activă la dezbaterile pe marginea temelor discutate 	<ul style="list-style-type: none"> •Evaluarea proiectului atât în privința calității prezentării, cât și a calității textului redactat (25% din nota finală) •Evaluarea intervențiilor pertinente la seminar pe teme discutate (25% din nota finală) 	50
10.6 Standard minim de performanță Participarea activă la cel puțin 6 seminarii. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 45% din punctajul maxim.			

Data completării

Titular de curs

Titular de seminar

22.09.2022

Lect.dr. Viorel Țuțu

Lect.dr. Viorel Țuțu

Data avizării în departament

Director de departament

24.09.2022

Conf.univ.dr. Gheorghe-Ilie Fârte