

**FIȘA 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	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINTE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII PUBLICE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare strategică în mediul digital

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			Mijloace noi de comunicare în masă				
2.2 Titularul activităților de curs			Conf. Dr. CAMELIA GRADINARU				
2.3 Titularul activităților de seminar			Conf. Dr. CAMELIA GRADINARU				
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tip de evaluare*	V	2.7 Regimul disciplinei**	Ob

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					55
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					43
Tutoriat					10
Examinări					10
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					158
3.8 Total ore pe semestru					200
3.9 Numărul de credite					8

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

--

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	

6. Obiective

Obiectivul general: Obținerea unei perspective cuprinzătoare asupra noilor mijloace de comunicare prin integrarea contextului social, a istoriei tehnologiei, a tendințelor media; însușirea cunoștințelor și abilităților necesare unui specialist în comunicare pe o piață competitivă, în care mediul online este în continuă creștere; formarea capacității de a integra sistemic instrumentele new media în strategii de comunicare; înțelegerea efectelor noilor mijloace de comunicare pe piața media și în societate.

Obiectivele specifice: Studenții care finalizează cu succes această disciplină vor fi capabili:

- să utilizeze cu acuratețe vocabularul specific noilor media (concepte, teorii, instrumente și aplicații);
- să explice rolul noilor tehnologii în diverse domenii și consecințele acestora pentru indivizi, grupuri și comunități;
- să identifice contextul socio-istoric și tehnologic care a condus la apariția și dezvoltarea lor;
- să stabilească factorii care au dus la succesul, respectiv eșecul unor acțiuni online, pe baza analizei unor studii de caz;
- să descrie, să analizeze și să evalueze schimbările actuale în producția și consumul mediatic;
- să dezvolte o abordare critică în legătură cu utilizarea new media, dar și cu cercetările din domeniu;
- să selecteze instrumentele online cele mai adecvate pentru un anumit scop și să le utilizeze corect.

7. Competențe/Rezultate ale învățării

● Efectuează analiza datelor online; ● Utilizează tehnici de comunicare; ● Creează și editează elemente simple de conținut digital, însoțite, după caz, de orientări; ● Utilizează diferite canale de comunicare; ● Gândește critic.
--

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Ce sunt noile media? Old media versus new media. Definiții, context, principii și caracteristici	Învățarea prin descoperire Problematizarea Brainstorming Explicația Exemplificarea	2 ore; [9] / [10] / [15] / [16] / [17] / [18] / [19]
2. Remedierea: principii, tipologii, aplicații	Conversația euristică Prelegerea Exemplificarea Explicația	2 ore; [2] / [14] / [20]
3. Convergența media: dezvoltare, modele și mod de funcționare	Prelegerea Descrierea Explicația	2 ore; [8] / [11]

	Expunerea problematizată	
4. Comunicarea mediată de calculator, comunicarea mobilă și comunicarea mediată de inteligența artificială	Prelegerea Explicația Problematizarea	2 ore; [9] / [10] / [12] / [13] / [18] / [24] / [28]
5. Scriitura pentru web: bune practici	Prelegerea Explicația Problematizarea Studiul de caz	2 ore; [6] / [15] / [16] / [27]
6. Comunicarea bazată pe date. Big Data vs. Small Data	Prelegerea Descrierea Explicația Expunerea problematizată	2 ore; [4] / [16] / [21]
7. Prima verificare pe parcurs		
8. Identitatea online: tradiții de cercetare și paradigme actuale	Prelegerea Explicația Problematizarea Studiul de caz	2 ore; [7] / [8] / [10] / [16] / [23]
9. Software-ul social: comunitățile virtuale. Practici de comunicare și modele explicative	Prelegerea Descrierea Explicația Expunerea problematizată	2 ore; [1] / [9] / [17] / [22] / [27]
10. Competențe digitale actuale (digital literacy)	Prelegerea Explicația Problematizarea	2 ore; [6] / [8] / [29]
11. Efecte psihologice și sociale ale noilor media (camere de ecou, fake news, deficitul de cunoaștere)	Prelegerea Explicația Problematizarea Studiul de caz Descrierea	2 ore; [6] / [8] / [16] / [24] / [25] / [26] / [28]
12. Noile media pentru specialiștii în comunicare: instrumente, metode și strategii	Prelegerea Explicația Problematizarea Studiul de caz	2 ore; [5] / [6] / [8] / [15] / [16] / [27]
13. A doua verificare pe parcurs.		
14. Noile media pentru specialiștii în comunicare: aplicații	Prelegerea Explicația Problematizarea Studiul de caz Descrierea	2 ore; [5] / [6] / [8] / [15] / [16] / [27]

Bibliografie
1] Baym, Nancy. 2015. Personal Connections in the Digital Age. Second edition. Cambridge, Malden: Polity Press.
[2] Bolter, Jay David, Grusin, Richard. 2000. Remediation. Understanding New Media. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
[3] Bostrom, Nick. 2016. Superinteligența. Căi, pericole, strategii. București: Editura Litera.
[4] Boyd, D., Crawford, K. 2012. "Critical questions for big data". Information, Communication & Society 15(5): 662-679. DOI: 10.1080/1369118X.2012.678878.
[5] Brown, Rob. 2009. Public Relations and the Social Web: How to use social media and web 2.0 in

- communications. London and Philadelphia: Kogan Page Publishers.
- [6] Christian, S. E. 2024. Everyday media literacy: An analog guide for your digital life. Second edition. London, New York: Routledge.
- [7] Cover, R. 2023. Identity and digital communication: Concepts, theories, practices. London, New York: Routledge.
- [8] Ess, C. 2020. Digital Media Ethics. Third edition. Cambridge: Polity Press.
- [9] Flew, T., Smith, R. 2008. New media: An introduction. Oxford University Press.
- [10] Hartley, J., Burgess, J. & Bruns, A. (eds.). 2013. Companion to New Media Dynamics. Blackwell: Malden, MA.
- [11] Jenkins, Henry. 2006. Convergence Culture – Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- [12] Katz, J. E., & Aakhus, M. (Eds.). 2002. Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance. Cambridge: Cambridge University Press.
- [13] Larson, Erik J. 2022. Mitul inteligenței artificiale. Iași: Polirom.
- [14] Levinson, Paul. 2001. McLuhan în era digitală. București: Librom Antet.
- [15] Levinson, Paul. 2013. New New Media. Second Edition. London: Pearson.
- [16] Lievrouw, L. A., Loader, B. D. (Eds.). 2021. Routledge handbook of digital media and communication. Londra, New York: Routledge.
- [17] Lievrow, Leah A. and Livingstone, Sonia (eds.). 2006. Handbook of new media: social shaping and social consequences. Fully revised student edition. London: SAGE.
- [18] Lister, Martin et al. 2009. New Media. A Critical Introduction. Second edition. London, New York: Routledge.
- [19] Manovich, Lev. 2001. The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press.
- [20] McLuhan, Marshall. 2011. Să înțelegem media. Extensiile omului. Trad. de Ovidiu George Vitan. București: Curtea Veche.
- [21] Mohamed, A. et al. 2020. "The state of the art and taxonomy of big data analytics: view from new big data framework". Artif Intell Rev 53, 989-1037. <https://doi.org/10.1007/s10462-019-09685-9>
- [22] Rheingold, Howard. The Virtual Community, <http://www.rheingold.com/vc/book/>
- [23] Rodogno, R. 2012. "Personal identity online". Philosophy & Technology 25(3): 309-328.
- [24] Rughiniș, Răzvan. 2023. Societatea digitală. Stăpâni, cetățeni sau sclavi? București: Humanitas.
- [25] Spitzer, M. 2020. Demența digitală: Cum ne tulbură mintea noile tehnologii. București: Humanitas.
- [26] Susskind, Jamie. 2019. Politica viitorului. București: Corint.
- [27] Thompson, J. D., Weldon, J. 2022. Content production for digital media: An introduction. Singapore: Springer.
- [28] Turkle, Sherry. 2023. Redescoperirea conversației. Puterea dialogului în epoca digitală. București: Humanitas.
- [29] Vodă, A. I., Cautisanu, C., Grădinaru, C., Tănăsescu, C., & de Moraes, G. H. S. M. 2022. „Exploring digital literacy skills in social sciences and humanities students”. Sustainability, 14(5), 2483, <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/5/2483>.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Old media versus New media. Analiza unor modele și exemple de convergență și remediere	Explicația Aplicații Studiul de caz Dezbateră Lucrul în echipă Prezentarea orală Observația dirijată	2 ore; [2] / [8] / [11] / [14] / [20]

2. Comunicarea față-în-față versus comunicarea mediată de calculator și comunicarea mobilă. Dimensiunea hiperpersonală a tehnologiei. Studii de caz	Conversația euristică Expunerea problematizată Descrierea Studiul de caz Dezbateră Explicația	2 ore; [9] / [10] / [12] / [13] / [18] / [24] / 28]
3. Inteligența artificială conversațională. Inteligența artificială generativă. Oportunități și limite pentru specialiștii în comunicare	Descrierea Explicația Conversația euristică Expunerea problematizată Aplicații	2 ore; [3] / [13] / [16] / [24] / [26]
4. Branding personal online. Managementul reputației online Cooperare online, cultură participativă și comunități virtuale: avantaje și limite, studii de caz	Descrierea Explicația Conversația euristică Expunerea problematizată Jocul de rol Aplicații	2 ore; [1] / [7] / [8] / [9] / [10] / [16] / [17] / [22] / [23] / [27]
5. Media literacy, digital literacy, AI literacy. Analiză, studii de caz	Exercițiul Studiul de caz Dezbateră Lucrul individual	2 ore; [6] / [8] / [29]
6. Polarizare, camere ecou, bule epistemice. Studii de caz. Aplicații	Prezentarea orală Studiul de caz Dezbateră Aplicații Simularea Lucrul în echipă	2 ore; [6] / [8] / [29]
7. New media: dileme etice	Descrierea Explicația Conversația euristică Expunerea problematizată Aplicații Studiul de caz Lucrul în echipă	2 ore; [8] / [24] / [27]

Bibliografie

Aceeași ca la curs.

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

La finalul programului, masteranzii vor fi capabili să aibă o imagine mai cuprinzătoare asupra noilor mijloace de comunicare și a influenței lor în diverse domenii, să analizeze și să evalueze critic produsele de pe piața media digitală, să înțeleagă și să utilizeze o serie de instrumente sau platforme new media. Pe o piață extrem de competitivă, în care angajatorii selectează specialiști care pot gestiona mediul online, dobândirea de cunoștințe și abilități din acest areal a devenit o necesitate.

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	100	
Curs	Forma de evaluare		Verificare scrisă	
	Pondere		60	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Verificare scrisă periodică	50	Da
		Test	50	Da
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		40	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Verificare orală periodică	50	Nu
		Proiect	50	Nu

10.2 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

Mențiunea 1: Studenții care sunt în imposibilitatea obiectivă de a susține verificarea periodică la curs în săptămâna 7, vor avea posibilitatea de a fi evaluați în săptămâna 8.

Mențiunea 2: Studenții care sunt în imposibilitatea obiectivă de a susține verificarea periodică la curs în săptămâna 13, vor avea posibilitatea de a fi evaluați în săptămâna 14.

10.3 Standard minim de performanță

Participarea activă la cel puțin 5 cursuri.

Participarea activă la cel puțin 4 seminare.

Numărul minim de prezențe (curs și seminar) reprezintă un criteriu necesar pentru finalizarea disciplinei.

Nu există modalități alternative pentru a suplini îndeplinirea parțială a acestui criteriu.

Nota minimă pentru promovarea activităților de la curs este 5.

Nota minimă pentru promovarea activităților de la seminar este 5.

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. CAMELIA GRADINARU	Titular de seminar, Conf. Dr. CAMELIA GRADINARU
---	---	--

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--