**Fundaţia Sapientia - Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca**

**Facultatea de Ştiinţe Tehnice şi Umaniste Târgu-Mureş**

**Departamentul de Științe Sociale Aplicate**

**Tematică – postul de conferențiar universitar, nr. 6. din Statul de funcţii DSSA**

**Introducere în sistemul mass-media**

1. Cele patru modele de comunicare
2. Principalele aspecte ale teoriei mass-media: putere și inegalitate, integrare socială și identitate, schimbare socială
3. Noua media, noua teorie media?
4. Libertatea și responsabilitatea mass-media
5. Structurile mass-media
6. Reglementarea mijloacelor de comunicare în masă (modele)
7. Mijloacele de comunicare în masă globale
8. Funcția comunicării în masă
9. Efectele pe termen scurt ale comunicării în masă
10. Efectele pe termen lung ale comunicării în masă
11. Contextul organizațiilor media
12. Rolul jurnalistului
13. Producția de știri în organizațiile media
14. Un model integrat de formare a audienței

**Metode și metodologii de cercetare în științele comunicării**

1. Proiectarea cercetării
2. Eșantionul cercetării
3. Lectura literaturii de specialitate și referința bibliografică
4. Metode cantitative de colectare a datelor
5. Metode calitative de colectare a datelor
6. Metode de intervievare
7. Metoda chestionarului
8. Metoda focus grup
9. Metoda analizei de conținut
10. Prelucrarea cantitativă a datelor
11. Prelucrarea calitativă a datelor
12. Reguli pentru elaborarea lucrărilor științifice
13. Reguli pentru elaborarea prezentărilor științifice
14. Etica cercetării în domeniul științelor sociale

**Comunicare internă**

1. Rolul organizațiilor în societate
2. Scopul organizațiilor
3. Structura organizațiilor
4. Părțile interesate ale organizațiilor
5. Identitatea și imaginea organizației
6. Sistemul de comunicare al organizațiilor
7. Impactul culturii organizaționale asupra comunicării
8. Noul mediu mediatic al organizațiilor
9. Comunicarea de management
10. Comunicarea cu angajații
11. Comunicarea schimbărilor organizaționale
12. Responsabilitatea socială a organizațiilor
13. Strategia și planificarea comunicării
14. Măsurarea activității de comunicare

**Bibliografie:**

1. Angelusz Róbert (ed): *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Budapest: Gondolat, 2007.
2. Babbie, Earl: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata.* Budapest: Balassi, 2008.
3. Bajomi-Lázár Péter: Manipulál-e a média? *Médiakutató* 2017, 61-79.
4. Berger, Arthur Asa: *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches.* London: Sage, 2010.
5. Coombs, Timothy W. & Holladay, Sherry J. *Managing Corporate Social Responsibility. A Communication Approach.* Oxford: Wiley-Blackwell, 2012.
6. Cornelissen, Joep. *Corporate Communication. A Guide to Theory and Practice*. London: Sage. 2020.
7. Csepeli György. *A szervezkedő ember: A szervezeti élet szociálpszichológiája*. Budapest: Kossuth, 2015.
8. Denis McQuail: *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Budapest: Osiris, 2003.
9. Ellerup Nielsen, A. & Thomsen, Christa. Reviewing Corporate Social Responsibility Communication: a Legitimacy Perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 2018, 23(4): 492-511. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2018-0042>
10. Fehér Katalin: A digitális identitás a személyes és a szakmai stratégiában. A téma szakirodalmának változó trendjei, valamint összehasonlító kutatási eredmények közép/kelet-európai és délkelet-ázsiai mintán. *Médiakutató* 2017. 9-20.
11. Gálik Mihály: Az egyéni médiafogyasztás és médiahasználat alakulását befolyásoló tényezők a médiatartalmaknak való kitettség változásainak tükrében. *Médiakutató* 2019, 73-83.
12. Gálik Mihály: Visszhangkamrák és szűrőbuborékok. A hírfogyasztásról szóló vita a digitális hálózati média-ökoszisztéma világában. *Médiakutató* 2020. 27-35.
13. Helsper, Ellen: *The Digital Disconnect*. London: Sage, 2021.
14. Hess, Thomas, Matt Christian, Benlian Alexander & Florian Wiesbück. Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. MIS Q. Executive, 15(2): 123-139, 2016.
15. Hofstede, Geert. Dimensionalzing Cultures. The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture, 2011, 2(1).<https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
16. Horváth Dóra & Mitvel Ariel: *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Budapest: Alinea, 2015.
17. Kádár Magor. *Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez* Kolozsvár: Kriterion, 2008.
18. Miller, Katherine. *Organizational Communication. Approaches and Processes*. Stamford: Cengage Learning, 2015.
19. Mumby, Dennis K. *Organizational Communication: A Critical Approach*. Thousand Oaks: Sage, 2012.
20. Myat Kornél: Médiaelméletek és a késő-modern médiakörnyezet. Miért nem jók a modernista megközelítések a késő-modern médiakörnyezet vizsgálatához? *Médiakutató* 2010, <https://www.mediakutato.hu/cikk/2010_02_nyar/04_mediaelmelet/>
21. Papp-Váry, Árpád & Farkas, Máté. The Possible Ways of Country Brand Communication and Their Classification Based on the POE Model. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio,* 2019, 6: 19−40. DOI: 10.2478/auscom-2019-0002
22. Perrow, Charles. *Szervezetszociológia*. Budapest: Osiris, 1994.
23. Shein, Edgar H. *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Boss, 2010.
24. Székelyi Mária & Barna Ildikó: *Túlélőkészlet az SPSS-hez.* Budapest: Typotex, 2002.
25. Tőkés Gyöngyvér Erika: *A kutatás módszertana a kommunikációtudományokban*. Kolosvár: Scientia, 2011.
26. Tőkés Gyöngyvér Erika: *Szervezeti kommunikáció*. Kolozsvár: Egyetemi Kiadó, 2022.
27. Van Deursen, A. J. & Helsper E. J. The Third-Level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online? *Communication and Information Technologies Annual* 10, 29-52, 2015.
28. Van Deursen, A. J.A.M., Scheerder, A. & Van Dijk, J. A. G. M.: Determinants of internet skills, uses and outcomes. A systematic review of the second- and third-level digital divide. *Telematics and Informatics* 2017, 34, 8.
29. Van Dijk, J.: *The Deepening Divide*. London: Sage, 2005.
30. Van Dijk, J. & van Deursen, A. J.. *Digital Skills: Unlocking the Information Society*. New York: Palgrave Macmillian, 2014.