**fişa disciplinei**

**1. Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca |
| 1.2 Facultatea | Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării |
| 1.3 Departamentul | Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate |
| 1.4 Domeniul de studii | Științe ale Comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studiu / Calificarea | Comunicare și Relații Publice  Linia Română și Linia Germană |
| 1.7 Forma de învăţământ | Zi |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Elemente de comunicare vizual[ ]n publicitate | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | | Conf. dr. asoc. Anamaria Tomiuc | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | | Conf. dr. asoc. Anamaria Tomiuc | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | III | 2.5 Semestrul | | 6 | | 2.6. Tipul de evaluare(E/C/V) | C | 2.7 Regimul disciplinei  (Felul disciplinei – DF, DS, DC;  Obligatoriu/optional – DO/DA) | DS  DA |

**3. Timpul total estimat** (ore pe semestru al activităţilor didactice)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 4 | | Din care: 3.2 curs | | 2 | 3.3 seminar/laborator | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 56 | | Din care: 3.5 curs | | 28 | 3.6 seminar/laborator | 28 |
| Distribuţia fondului de timp: | | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | | 10 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | | 7 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | | 10 |
| Tutoriat | | | | | | | 8 |
| Examinări | | | | | | | 4 |
| Alte activităţi: .................. | | | | | | |  |
| 3.7 Total ore studiu individual | | 27 | |
| 3.8 Total ore pe semestru | | 44 | |
| 3.9 Numărul de credite | | 6 | |

**4. Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  |
| * 1. de competenţe |  |

**5. Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 De desfăşurare a cursului | * Computer, proiector |
| 5.2 De desfăşurare a seminarului/laboratorului | * Computer, proiector |

**6. Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| **Competenţe profesionale** | * Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea specializată teoriilor, modelelor și metodelor abordării comunicării și limbajului în artele vizuale * Explicarea conceptelor și procedeelor metodelor folosite în comunicarea vizuală in sfera publicității * Aplicarea conceptelor, procedeelor și metodelor folosite în comunicarea vizuală in sfera publicității * Cunoașterea diferitelor tipologii de strategii creative folosite în comunicarea vizuală în sfera publicității |
| **Competenţe transversale** | * Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare * Înțelegerea și respectarea diversităţii culturale, spirituale și de orice altă natură, manifestată în cadrul evoluțiilor culturale și intelectuale contemporane |

**7. Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * Înțelegerea critică a diferitelor modele, strategii, tehnici creative in limbajul vizual al publicității |
| 7.2 Obiectivele specifice | * Cunoașterea diferitor tipologii de strategii creative în sfera publicității * Dezvoltarea abilității de a aborda critic diferențele dintre aceste tipologii și de a evalua critic impactul potențial al acestora * Înțelegerea elementelor artistice (de comunicare vizuală, grafice) utilizate în cadrul campaniilor de comunicare integrate * Înțelegerea metodelor de utilizare a cunoștințelor practice din sfera comunicării vizuale și utilizarea acestora în exemple personale, creative * Capacitatea de construcție a variate concepte creative pentru diferite campanii de comunicare |

**8. Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| 1. *Curs introductiv. Prezentarea disciplinei, a obiectivelor, organizarea activităţilor şi explicarea modului de evaluare finală.* | Prezentare orală |  |
| 1. *Principiile designului grafic. Instrumente de bază în creaţia vizuală publicitară.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Teoria culorii în procesul de creație* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Logo și identitate vizuală.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Procesul de creație in publicitate. Brieful creativ.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Afişul. Numărul unu în publicitate?* *Concepte creative.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Reclama audio - video – idei creative și tehnici de construcție.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Tipuri de strategii creative* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Creativii publicitari. Marile nume ale publicității.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Lumea publicității. Campanii de succes.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Lumea publicității. Eșecuri în comunicarea vizuală.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Publicitarii în artele vizuale.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Aproprieri și deturnare. Artă și publicitate.* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| 1. *Concluzii. Este publicitatea artă?* | Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstraţia, exemplificarea |  |
| Bibliografie:   * Barry, Pete, *The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later*, Thames & Hudson, 2012 * Fiell, Charlotte & Peter, *Graphic Design for the 21st Century*, 100 of the World’s Best Graphic Designers, Taschen, Köln, 2003. * Fiell, Charlotte & Peter, *Graphic Design Now*, Taschen, Köln, 2005   Gibbons, Joan, *Art & Advertising*, I.B.Tauris, New York, 2005.  Hegarty, John, *Hegarty on Advertising, Turning Intelligence into Magic*, 105 illustrations, 84 in colour, Thames & Hudson, Londra, 2011  Hollis, Richard, *Graphic Design, A Concise History*, Thames and Hudson, Londra, 2001.  Klein, Naomi, *No Logo. Tirania Mărcilor*, Comunicare.ro, Bucureşti.   * Lorin, Philippe & Alonso, Cristina, *5 Giants of Advertising*, Assouline, Paris, 2001. * Sauvageot, Anne, *Figures de la publicite, figures du monde*, PUF, Paris, 1987. * Tungate, Mark, *Adland: A Global History of Advertising*, Kogan Page, London and Philadelphia, 2007. | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Observaţii |
| 1. *Seminar introductiv.* | Discuții. |  |
| 1. *Principiile designului grafic. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Teoria culorii. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Logo și identitate vizuală. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Brieful creativ. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Afişul. Concepte creative. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Reclama audio - video – idei creative și tehnici de construcție. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Tipuri de strategii creative. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Creativii publicitari. Film documentar.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Campanii de succes. Exerciții creative* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Eșecuri în comunicarea vizuală. Analize.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Publicitarii în artele vizuale. Film documentar.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Aproprieri și deturnare. Artă și publicitate. Exerciții creative.* | Discuții. Exerciții. Materiale audio-video. |  |
| 1. *Concluzii.* | Discuții. |  |
|  |  |  |
| Bibliografie   * Barry, Pete, *The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later*, Thames & Hudson, 2012 * Fiell, Charlotte & Peter, *Graphic Design for the 21st Century*, 100 of the World’s Best Graphic Designers, Taschen, Köln, 2003. * Fiell, Charlotte & Peter, *Graphic Design Now*, Taschen, Köln, 2005   Gibbons, Joan, *Art & Advertising*, I.B.Tauris, New York, 2005.  Hegarty, John, *Hegarty on Advertising, Turning Intelligence into Magic*, 105 illustrations, 84 in colour, Thames & Hudson, Londra, 2011  Hollis, Richard, *Graphic Design, A Concise History*, Thames and Hudson, Londra, 2001.  Klein, Naomi, *No Logo. Tirania Mărcilor*, Comunicare.ro, Bucureşti.   * Lorin, Philippe & Alonso, Cristina, *5 Giants of Advertising*, Assouline, Paris, 2001. * Sauvageot, Anne, *Figures de la publicite, figures du monde*, PUF, Paris, 1987.   Tungate, Mark, *Adland: A Global History of Advertising*, Kogan Page, London and Philadelphia, 2007 | | |

**9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| * Conţinutul este în concordanţă cu programa centrelor similare din ţară şi străinătate și cu specificitățile domeniului * Titularul cursului urmăreşte îndeaproape ultimele evoluţii ale domeniului prin participarea activă la conferinţele profesionale, prin familiarizarea cu cele mai recente publicaţii în domeniu, prin iniţierea şi realizarea de proiecte de cercetare în colaborare cu cadre didactice şi/sau cercetători din ţară şi străinătate. |

**10. Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| *10.4 Curs* | *Înțelegea de către student a elementelor artistice (de comunicare vizuală, grafice) utilizate în cadrul campaniilor de comunicare integrate* | Colocviu | 50 % |
| *Înțelegerea de către student a metodelor de utilizare a cunoștințelor practice din sfera comunicării vizuale și utilizarea acestora în exemple personale, creative* |
| 10.5 Seminar/laborator | *Capacitatea de construcție a variate concepte creative pentru diferite campanii de comunicare* | Proiect de grup pe teme creative |  |
|  |  |  |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * *Înțelegea de către student a elementelor artistice (de comunicare vizuală, grafice) utilizate în cadrul campaniilor de comunicare integrate* | | | |

Data completării Semnătura titularului de curs Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2019 ............................... ...................................

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

........................................... …............................