

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ 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	Publicitate
1.7 Forma de învățământ	Zi

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PUBLICITATE ȘI ARTĂ (ULX0016)						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. asoc. Anamaria Tomiuc						
2.3 Titularul activităților 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 activităților 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 învățământ	56	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					7
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					4
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual		27			
3.8 Total ore pe semestru		44			
3.9 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Computer, proiector
5.2 De desfășurare a	• Computer, proiector

seminarului/laboratorului	
---------------------------	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea specializată a domeniului artelor - Explicarea conceptelor și procedeele metodelor folosite în publicitate cu proveniență din câmpul artistic - Aplicarea conceptelor și procedeele artistice în sfera publicității - Cunoașterea diferitelor tipologii de strategii creative folosite în comunicarea vizuală în sfera publicității
Competențe transversale	- Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare - Înțelegerea și respectarea diversității culturale, spirituale și de orice altă natură, manifestată în cadrul evoluțiilor culturale și intelectuale contemporane

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea critică a diferitelor modele, strategii, tehnici creative din sfera artistică în publicitate
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 lumii artei și a metodelor de utilizare a cunoștințelor practice din sfera comunicării vizuale și utilizarea acestora în exemple personale, creative

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv. Prezentarea disciplinei, a obiectivelor, organizarea activităților și explicarea modului de evaluare finală.	Prezentare orală	
2. Principii și instrumente de bază în creația vizuală publicitară.	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
3. Campania publicitară în sfera culturală.	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
4. Lumea artei contemporane – cultura mediatică și spectaculară.	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
5. Piața de artă, cultul celebrității și fenomenul de branding în arta contemporană.	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
6. Practici artistice contemporane.	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea,	

	demonstrația, exemplificarea	
7. <i>Procesul de creație în publicitate.</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
8. <i>Tipuri de strategii creative</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
9. <i>Creativii publicitari. Marile nume ale publicității.</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
10. <i>Lumea publicității. Campanii de succes.</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
11. <i>Lumea publicității. Eșecuri în comunicarea vizuală.</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
12. <i>Publicitarii în artele vizuale.</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
13. <i>Aproprieri și deturnare. Artă și publicitate.</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	
14. <i>Concluzii. Este publicitatea artă?</i>	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, 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, București.
- 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	Observații
1. <i>Seminar introductiv.</i>	Discuții.	
2. <i>Principii și instrumente de bază în creația vizuală publicitară. Exerciții creative.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
3. <i>Campania publicitară în sfera culturală. Exerciții creative</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
4. <i>Lumea artei contemporane. Debate.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
5. <i>Piața de artă, cultul celebrității și fenomenul de branding în arta contemporană. Debate.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	

6. <i>Practici artistice contemporane. Exerciții creative.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
7. <i>Brieful creativ. Exerciții creative.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
8. <i>Tipuri de strategii creative. Exerciții creative.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
9. <i>Creativii publicitari. Film documentar.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
10. <i>Campanii de succes. Exerciții creative</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
11. <i>Eșecuri în comunicarea vizuală. Analize.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
12. <i>Publicitarii în artele vizuale. Film documentar.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
13. <i>Aproprieri și deturnare. Artă și publicitate. Exerciții creative.</i>	Discuții. Exerciții. Materiale audio-video.	
14. <i>Concluzii.</i>	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, București.
- 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 conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținutul este în concordanță cu programa centrelor similare din țară și străinătate și cu specificitățile domeniului
- Titularul cursului urmărește îndeaproape ultimele evoluții ale domeniului prin participarea activă la conferințele profesionale, prin familiarizarea cu cele mai recente publicații în domeniu, prin inițierea și realizarea de proiecte de cercetare în colaborare cu cadre didactice și/sau cercetători din țară și străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------

			nota finală
10.4 Curs	<i>Înțelegerea de către student a principiilor și instrumentelor artistice utilizate în cadrul campaniilor publicitare</i> <i>Înțelegerea de către student a metodelor de utilizare a cunoștințelor practice din sfera artelor vizuale și utilizarea acestora în exemple personale, creative</i>	Colocviu	50 %
10.5 Seminar/laborator	<i>Capacitatea de construcție a variate concepte creative pentru diferite campanii de comunicare</i>	Proiect de grup pe teme creative	50 %
10.6 Standard minim de performanță			
<i>Înțelegerea de către student a principiilor și instrumentelor artistice utilizate în cadrul campaniilor publicitare</i>			

Data completării

Septembrie 2019

Semnătura titularului de curs

Conf. dr. asoc. Anamaria Tomiuc



Semnătura titularului de seminar

Conf. dr. asoc. Anamaria Tomiuc



Data avizării în departament

Septembrie 2019

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Ioan Hosu

