

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3 Departamentul	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Management Media

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Promovarea proiectelor culturale în media						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Elena Abrudan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Elena Abrudan						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OBL

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					36
Tutoriat					16
Examinări					2
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual					108
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Numărul de credite					6

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	•
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	•

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare • C3.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare în funcție de specificul canalului și al produsului media • C4.4 Aplicarea criteriilor, metodelor și modelelor de evaluare folosite în gestionarea informațiilor/conținuturilor în mediul digital • C6.4 Evaluarea unei structuri de rubrici, grile de programe în funcție de conceptele de bază privind integrarea unui produs într-o structură de pachet informațional • C1.5 Elaboarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul de specialitate
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1 Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Oferirea unor aptitudini și competențe transferabile în organizarea și promovarea proiectelor și evenimentelor culturale
7.2 Obiectivele specifice	<p>Accesarea conceptelor teoretice circumscrise proiectelor culturale</p> <p>Dobândirea capacității de a opera cu aceste concepte în scopul analizării și gestionării situațiilor de comunicare variate</p> <p>Dezvoltarea abilităților de a coordona echipe de comunicare complexe</p> <p>Adaptarea strategiilor de comunicare la contextul mediatic curent</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere: Formele și obiectivele publicității	Prezentare interactivă	
2. Elementele componente ale reclamei	Prezentare interactivă	
3. Conceptul de imagine și implicațiile sale	Prezentare interactivă	
4. Etapele unei campanii publicitare	Prezentare interactivă	
5. Elemente de marketing în construcția unei campanii publicitare	Prezentare interactivă	
6. Comunicarea prin imagine	Prezentare interactivă	
7. Definiții și tipologii ale imaginii	Prezentare interactivă	
8. Rolurile și funcțiile imaginii	Prezentare interactivă	
9. Imaginea în publicitate	Prezentare interactivă	
10. Comunicarea publicitară și particularitățile sale	Prezentare interactivă	
11. Imaginea în discursul publicitar	Prezentare interactivă	
12. Elemente de media în construcția unei campanii publicitare	Prezentare interactivă	
13. Promovarea produselor culturale în media	Prezentare interactivă	
14. Prezentarea proiectelor realizate de studenți	Prezentare interactivă	
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Inițierea unui proiect cultural		
2. Strategia de comunicare		

3. Publicitatea în mediile vizuale		
4. Gestionarea situațiilor neprevăzute		
5. Comunicarea cu presa în cadrul evenimentelor		
6. Promovarea produselor culturale în noile medii de comunicare		
7. Analiză proiecte		

Bibliografie

1. Abrudan, Elena, *Cultura vizuala*, Eikon, 2013
2. Abrudan, Elena, *Jurnalism și Publicitate. De la idee la produsul media*, (coordonator împreună cu Delia Bălaș) Accent, Cluj-Napoca, 2007,
3. Abrudan, Elena, *Valențe simbolice ale discursului publicitar. Între marketing și seducție*, (coordonator) Accent. Cluj-Napoca, 2007.
4. „Repertoriul arhetipal al publicității”, în vol. PR *TREND. Teorie și practică în publicitate și relații publice*, coord. Delia Cristina Balaban, Călin Rus, București, Tritonic, 2007, p. 206-214.
5. Balaban, Delia, *Comunicare publicitară*, Ed. Accent, Cluj-Napoca, 2005.
6. Barthes, Roland, *Sistemul Modei*, trad. Constantin Igiroșanu, în rev. Secolul XX, 8-9-10/1981
7. Boia, Lucian, *Occidentul. O interpretare istorică*, București, Ed. Humanitas, 2007.
8. Borșun, Dumitru, Teodor Borșa, *Semiotica vizualului*, Academia Națională de Arte Vizuale, București, 2004.
9. Dâncu, Vasile Sebastian, *Comunicarea simbolică: arhitectura discursului publicitar*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2003.
10. Debord, Guy, *Societatea spectacolului. Comentarii la societatea spectacolului*, Ed. Est, București, 2002.
11. Eco, Umberto, *În căutarea limbii perfecte*, Iași, Ed. Polirom, 2002.
12. Godineau, Dominique, *Femeia*, în *Tipuri psihologice la C.G. Jung*, Bucuresști, Ed. Humanitas, 1997.
13. Huizinga, Johan, *Homo ludens. Încercare de determinare a elementului ludic al culturii*, București, Ed. Humanitas, 2000.
14. Lancaster, P., Massingham, L., *Essentials of Marketing*, McGraw-Hill, 1999.
15. Lyotard, Jean-François, *Inumanul*, trad. rom. de Ciprian Mihali, ed. Idea, Cluj 2002.
16. Manoliu, Mihai, *Semiotica pentru începători*, București, 1998.
17. Oksala, Johanna, *What is feminist phenomenology? Thinking birth philosophically*, Radical Philosophy, august 2004.
18. Olins, Wally, *Despre brand*, București, Ed. Comunicare.ro, 2006.
19. Rus, Flaviu Călin, *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Institutul European Iași, 2002.
20. Russel, J. Thomas, *Manualul de Publicitate Kleppner Advertising Procedure*, 1999; ediția română, Ed. Teora, București, 2002.
21. Wolf, Naomi, *The Beauty Myth*, Harper's Editions, 1991.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

-

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Elaborarea și susținerea strategiei de promovare a unui proiect cultural	E	100%
10.5 Seminar/laborator			
10.6 Standard minim de performanță			

-

Data completării

.....

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

.....

Semnătura directorului de departament

.....