

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TEHNICĂ DIN CLUJ-NAPOCA, CENTRUL UNIVERSITAR NORD BAIA MARE
1.2 Facultatea	LITERE
1.3 Departamentul	ȘTIINȚE SOCIO-UMANE, TEOLOGIE, ARTE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență
1.8 Codul disciplinei	39.00

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Elaborarea unui produs publicitar cu ajutorul mijloacelor audio-video		
2.2 Titularul de curs	lect. univ. dr. Andrei Alexandru Achim andrei.achim@cunbm.utcluj.ro		
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect	lect. univ. dr. Andrei Alexandru Achim andrei.achim@cunbm.utcluj.ro		
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare			C
2.7 Regimul disciplinei	Categoría formativă		DS
	Opționalitate		DOB

3. Timpul total estimate

3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care:	3.2 Curs	2	3.3 Seminar	3	3.3 Laborator	-	3.3 Proiect	-
3.4 Număr de ore pe semestru	70	din care:	3.5 Curs	28	3.6 Seminar	42	3.6 Laborator	-	3.6 Proiect	-
3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru:										
(a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe										8
(b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren										10
(c) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri										8
(d) Tutoriat										2
(e) Examinări										2
(f) Alte activități:										
3.8 Total ore studiu individual (suma (3.7(a)...3.7(f)))					30					
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)					100					
3.10 Numărul de credite					4					

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 / proiectului	
---	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de redactare și de comunicare în domeniul științelor comunicării. 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). 3. Identificarea și descrierea tipurilor diferite de audiență implicate în comunicare . 4. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul comunicării. 5. Realizarea și promovarea prin mass-media a unui produs mediatic . 6. Asigurarea consultanței de specialitate în contextul globalizării comunicării . 7. Analiza și asistența de specialitate în gestionarea comunicării de criză, în procesele de negociere sau în medierea conflictelor intra- sau interorganizaționale.
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abordarea în mod realist a unor situații-problemă profesionale uzuale, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, cu grad ridicat de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. 2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe diverse paliere. 3. Evaluarea obiectivă și continuă a nevoii proprii de formare profesională și a perspectivelor de dezvoltare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Asigurarea condițiilor prin care absolvenții să primească cunoștințele necesare pentru a putea utiliza mijloacele audio-video în producția publicitară.
7.2 Obiectivele specifice	Asimilarea termenilor tehnici ce țin de mijloacele audio-video. Realizarea, în echipă și individual, de produse publicitare utilizând mijloacele audio-video.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Elemente de bază ale gramaticii de Film și de Televiziune.	2	Expunere; problematizare	
2. Elemente de creație publicitară de calitate. Instrumente folosite în creație.	2		
3. Tehnicile de televiziune: încadratura, unghiuri de filmare, mișcări de aparat, lumină, culoare.	2		
4. Elaborarea unei reclame radio.	2		
5. Elaborarea unei reclame de televiziune.	2		
6. Proiectul și pregătirile necesare pentru elaborarea unei reclame TV.	2		
7. Imaginea publicitară. Logotipul. Sloganul.	2		
Total ore:	28		

Bibliografie

Brune, F., *Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității*, trad. Corina Iftmie, Ed. Trei, București, 2003

Drugă, Ovidiu, Murgu, dr. Horea, *Elemente de gramatică a limbajului audiovizual*, Ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Fundației Pro, București, 2004

Nicola M., Petre D., <i>Publicitate</i> , SNSPA – Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”, București, 2001			
Petre, D., Nicola, M., <i>Introducere în publicitate</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2004			
8.2 Seminar / laborator / proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Elemente de bază ale gramaticii de Film și de Televiziune.	8	Discuție, exemplificare practica	
2. Elemente de creație publicitară de calitate. Instrumente folosite în creație.	4		
3. Tehnicile de televiziune: încadratura, unghiuri de filmare, mișcări de aparat, lumină, culoare.	8		
4. Elaborarea unei reclame radio.	2		
5. Elaborarea unei reclame de televiziune.	6		
6. Proiectul și pregătirile necesare pentru elaborarea unei reclame TV.	8		
7. Imaginea publicitară. Logotipul. Sloganul.	4		
	Total ore	42	
Bibliografie			
Brune, F., <i>Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității</i> , trad. Corina Iftmie, Ed. Trei, București, 2003			
Drugă, Ovidiu, Murgu, dr. Horea, <i>Elemente de gramatică a limbajului audiovizual</i> , Ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Fundației Pro, București, 2004			
Nicola M., Petre D., <i>Publicitate</i> , SNSPA – Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”, București, 2001			
Petre, D., Nicola, M., <i>Introducere în publicitate</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2004			

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

Conținuturile disciplinei sunt coroborate cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor 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	Participare activă la curs	Elaborare și susținere proiect individual (spot publicitar audio-video)	70%
10.5 Seminar/Laborator /Proiect	Participare activă la seminar	Evidență	30 %
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Pentru nota 5: - prezența la seminarii - informațiile din materialele de studiu să fie aprofundate și asimilate în proporție de 50% 			

- Pentru nota 10:
 - prezența la seminarii
 - intervenții în cadrul seminariilor

Data completării:	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
	Curs	Lect. univ. dr. Andrei Alexandru Achim	<input type="text"/>
	Aplicații	Lect. univ. dr. Andrei Alexandru Achim	<input type="text"/>

Data avizării în Consiliul Departamentului SSUTA

Director Departament SSUTA,
Conf.dr. Adrian Vasile CHIRA

Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere

Decan,
Conf.dr. Mircea Fărcaș