


UNIVERSITATEA TEHNICĂ
 DIN CLUJ-NAPOCA

CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIA MARE

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	Filologie și Studii Culturale
1.4 Domeniul de studii	Limbi moderne aplicate
1.5 Ciclul de studii	Licentă
1.6 Specializarea / Programul de studii	Limbi Moderne Aplicate (Engleza Franceza)
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență
1.8 Codul disciplinei	55.20

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Semiotica reclamei						
2.3 Responsabil de curs	Conf. univ. dr. Mihaela Munteanu Siserman ela_munteanu@yahoo.com						
2.4 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect							
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DC DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	-
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	47				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite	3.0				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Studentii trebuie să aibă un nivel de cunoștințe de limba franceză de minim B1-B2 conform <i>Cadrului european comun de referință pentru limbile străine</i> .	•
4.2 de competențe		•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sala de curs dotată cu tehnică informatică (proiector, tablă interactivă)
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• -
---	-----

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Comunicare efectivă în cel puțin două limbi moderne de circulație (limba B și limba C) , într-un cadru larg de contexte profesionale și culturale, prin utilizarea registrelor și variantelor lingvistice specifice în vorbire și scriere (Nivel de competență B2/C1 în ambele limbi - vezi Cadru European Comun de Referință pentru Limbi).</p> <p>Aplicarea adecvată a tehnicilor de traducere și mediere scrisă și orală din limba B sau C în limba A și retur în domenii de interes larg și semispecializate.</p> <p>Aplicarea adecvată a tehnicilor generale de documentare, căutare, clasificare și stocare a informației, folosirea programelor informatice (dicționare electronice, baze de date), stăpânirea bazelor tehnoredactării și corecturii de texte, folosirea programelor de tehnoredactare a documentelor pe calculator și a tehnicilor de arhivare a documentelor.</p> <p>Organizarea de evenimente profesionale, științifice și culturale care solicită abilități de comunicare profesională și instituțională în limbile A, B și C (prezentarea firmei și a produselor/serviciilor acesteia, protocol, târguri și expoziții).</p> <p>Relaționarea în contexte instituționale diverse (instituție, întreprindere economică, ONG) și utilizarea unor cunoștințe generale și semispecializate în domeniile profesionale de aplicație ale specializării.</p> <p>Comunicare în situații profesionale multilingve de integrare, negociere/mediere lingvistică cultural.</p>
Competențe transversale	<p><i>Gestionarea optimă a sarcinilor profesionale și deprinderea executării lor la termen, în mod riguros, eficient și responsabil; Respectarea normelor de etică specifice domeniului (ex: confidențialitate).</i></p> <p><i>Aplicarea tehnicilor de relaționare în echipă; dezvoltarea capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă având drept scop eficientizarea activității grupului și economisirea resurselor, inclusiv a celor umane.</i></p> <p><i>Identificarea și utilizarea unor metode și tehnici eficiente de învățare; conștientizarea motivațiilor extrinseci și intrinseci ale învățării continue.</i></p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune familiarizarea studenților cu principalele direcții și orientări deschise de știința „vieții semnelor în interiorul vieții sociale” – semiologia. Odată cu fundamentarea semioticii ca știință, se va încerca să se sublinieze rolul acesteia în domeniul științelor limbajului. Astfel, semiotica va fi prezentată ca o știință integratoare care necesită / impune abordări interdisciplinare.
7.2 Obiectivele specifice	Cursul se va axa în mod special pe prezentarea semioticii: semiotica publicității. Cursul deschide perspective multiple de abordare: pe de o parte, una cultural antropologică (prin exploatarea simbolurilor în discursul publicitar), iar pe de alta, reprezintă un fenomen socio-comunicațional.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Rolul publicității în comunicare Teorii și modele în publicitate. Teorii culturale Funcții ale discursului publicitar Strategii ale discursului publicitar Sintaxa discursului publicitar Semantica discursului publicitar	Expunere, analiza pe text	Cursurile vor avea și o componentă practică, de analiză și investigare a produselor publicitare
Semnul iconic Rețeaua grafemică și configurarea iconică a textului (C. Vlad) (reprezentarea modelului semiotic al textului-aisberg ca o configurație de rețele) Simbolistica discursului publicitar Reclama: discurs – mitologizant. Analiză de texte publicitare. Relevarea nucleelor mitico-simbolice și reiterarea acestora în discursul publicitar Construirea de reclame, exploatând strategiile discursive prezentate	Expunere, analiza pe text	
Bibliografie: ADAM, J. M., Bonhomme, M., 2005, <i>Argumentarea publicitară: retorica elogiului și a persuasiunii</i> , Ed. Institutul European Iași BARTHES, Roland, 1972, <i>Le degré zéro de l'écriture</i> , Ed. du Seuil, Paris Idem, 1985, <i>L'aventure sémiologique</i> , Ed. du Seuil, Paris CORJAN, I., 2004, <i>Semiotica limbajului publicitar. Textul și imaginea</i> , Editura Universității Suceava DEELY, John, 1997, <i>Bazele semioticii</i> , Ed. All, București ECO, Umberto, 1973, <i>Le signe</i> , Labor, Bruxelles FRUNZĂ, Monica, 2007, <i>De l'argumentation à la persuasion dans le discours publicitaire français</i> , Iași, Demiurg KLIKENBERG, Jean-Marie, 2004, <i>Inițiere în semiotică generală</i> , Iași, Institutul European MUNTEANU, M., 2006, <i>Semantica textului și problema referinței nominale</i> , Ed. Accent, Cluj-Napoca NET, Mariana, 2005, <i>Lingvistică generală. Semiotică. Mentalități</i> , Institutul European, Iași ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, 1999, <i>Semiotică, societate, cultură</i> , Institutul European, Iași VLAD, Carmen, 2003, <i>Textul-aisberg. Teorie și analiză lingvico-semiotică</i> , Ed. Casa Cartii de Știință		

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

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul învățământului și din alte domenii specifice programului de studiu.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Pentru evaluarea finală se va ține cont de intervențiile studenților pe parcursul cursului.	Activități pe parcurs	20%
	Realizarea unei reclame publicitare cu prezentarea elementelor constitutive (slogan, imagine etc.)	Expunerea	80%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Pentru promovarea examenului, studenții trebuie să achiziționeze cunoștințe minimale referitoare la elementele definitorii ale oricărui tip de semiotici: cunoașterea modelului binar (semnificant și semnificant). 			

Data completării:	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
	Curs	Conf. univ. dr. Mihaela Munteanu Siserman	
	Aplicații		

Data avizării în Consiliul Departamentului Filologie și Studii Culturale	Director Departament Lect. dr. Anamaria FĂLĂUȘ
10.07.2023	
Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere	Decan Conf. univ. dr. Ioan-Mircea FARCAȘ
13.07.2023	