

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Litere
1.3 Departamentul	Literatură și studii culturale
1.4 Domeniul de studii de masterat <sup>1)</sup>	Filologie
1.5 Ciclul de studii <sup>2)</sup>	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Inovare culturală

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Creativitate în discursul publicității							
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Dumitrescu Florin							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lect. dr. Dumitrescu Florin							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut <sup>3)</sup>	DS
							Obligativitate <sup>4)</sup>	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/ laborator/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					15
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	97				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite <sup>5)</sup>	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	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

## 6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	<p>CP. 1 Proiectarea și managementul activităților de instruire și de cercetare specifice domeniului <i>Autori și afiliați</i></p> <p>RÎ.1.1 Absolventul stabilește relații de cooperare cu industria publicațiilor. Stabilește relații de cooperare cu colegi scriitori și alte persoane implicate în industria literară, cum ar fi editurile, proprietarii de librării și organizatorii de evenimente literare.</p> <p>RÎ.1.2 Absolventul consultă surse de informare. Consultă sursele de informare relevante pentru a găsi o sursă de inspirație, pentru a se educa cu privire la anumite subiecte și pentru a obține informații de context.</p> <p>RÎ.1.3 Absolventul selectează teme. Selectează teme în funcție de interesul personal sau public, ori conform indicațiilor unui editor sau agent.</p> <p>RÎ.1.4 Absolventul structurează informația. Structurează informația utilizând metode sistematice, cum ar fi modele mentale, în conformitate cu anumite standarde, pentru a facilita prelucrarea și înțelegerea acesteia în mediile de producție.</p> <p>RÎ.1.5 Absolventul utilizează tehnici de scriere specifice. Utilizează tehnici de scriere specifice, în funcție de tipul de suport, gen și poveste.</p> <p>RÎ.1.6 Absolventul aplică reguli de gramatică și ortografie. Aplică regulile de ortografie și gramatică, asigurând coerența în texte.</p> <p>RÎ.1.7 Absolventul publică lucrări de cercetare academice. Publică lucrări de cercetare academice, desfășurând activități de cercetare la universitate, colegiu sau pe cont propriu și publicând rezultatele în reviste academice sau cărți pentru a contribui la domeniul de specialitate și pentru acreditare academică.</p> <p>RÎ.1.8 Absolventul vorbește mai multe limbi străine Stăpânește limbi străine pentru a putea comunica într-una sau mai multe limbi străine.</p>
Competențe transversale	<p>Competențe transversale și rezultate ale învățării</p> <p>CT. 1 Comunicarea și cooperarea în contexte profesionale</p> <p>RÎ1.1 Absolventul gestionează evoluția personală. Își asumă și își promovează propriile aptitudini și competențe pentru a avansa în viața profesională și privată.</p> <p>RÎ1.2 Absolventul lucrează în echipe. Lucrează cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și partea lui în serviciul întregului.</p> <p>CT. 2 Dezvoltarea și managementul carierei</p> <p>RÎ2.1 Absolventul respectă diversitatea valorilor și a normelor culturale. Dă dovada de competență interculturală și de respect și de toleranță față de valorile și normele culturale.</p> <p>RÎ2.2 Absolventul gestionează planificarea activităților și a timpului. Planifică succesiunea în timp a evenimentelor, programelor și activităților, gestionează calendarul și resursele pentru a finaliza sarcinile în timp util.</p>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>stăpânirea tehnicilor elementare de retorică, semiotică, teoria argumentației și pragmatică aplicabile în comunicarea comercială și/sau civic-socială (scriere publicitară, redactare digitală, strategii creative etc.)</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>capacitatea de a analiza critic campaniile din spațiul public (publicitate, PR, tracking online);</li> <li>revizitarea retoricii clasice și a noțiunilor de semiotică și pragmatică în cheie contemporană, prin prisma comunicării comerciale;</li> <li>capacitatea de a concepe și redacta mesaje sintetice și eficiente, adresate țintit.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Semnul publicitar. Branding, naming, sloganing	prelegere, discuții cu studenții	2	
Modularea mesajului	prelegere, discuții cu studenții	2	
Retorica brevilocvenței	prelegere, discuții cu studenții	4	
Teoria argumentării	prelegere, discuții cu studenții	2	
Noua retorică vizuală SIT (Systematic Inventive Thinking)	prelegere, discuții cu studenții	2	
Noțiuni de web/content writing	prelegere, discuții cu studenții	2	
Bibliografie Austin, J.L., <i>How To Do Things With Words</i> , Oxford University Press, 1962. Barthes, Roland, <i>Mythologies</i> , Le Seuil, 1957. Bieri, Jean, <i>Ein Beitrag zur Sprache der französischen Reklame</i> , W. Vogel, Winterthur, 1952. Bogdan, Aneta, <i>Branding pe frontul de Est</i> , Brandient, 2010. Bovée, Courtland; Arens, William, <i>Contemporary Advertising</i> , McGraw-Hill Education, 1994. Dubois, J.E.; Edeline, F.; Klittenberg, J.M.; Minguet, P.; Pire, F.; Trignon, H., <i>Rhétorique générale</i> , Larousse, 1970. Dumitrescu, Florin, <i>Retorica sloganului. Manual de copywriting în limba română</i> , Integral, 2019. Dumitrescu, Florin, <i>Tradiții la superofertă. Între socoteala din agenție și cea de la raft</i> , Cartier, 2015. Eco, Umberto, <i>Apocalittici e integrati</i> , Bompiani, 1993. Eco, Umberto, <i>La struttura assente</i> , Bompiani, 1994. Eco, Umberto, „Ciò che non sappiamo della pubblicità televisiva” în <i>La sfida della pubblicità</i> , Angeli, 1995. Folena, Gianfranco, „Analisi linguistica di contesti pubblicitari: «Metti un tigre nel motore»” în <i>La lingua italiana oggi</i> , Il Mulino, 1977. Garrand, Timothy, <i>Writing for Multimedia and the Web: A Practical Guide to Content Development for Interactive Media</i> , Focal Press, 2018. Jakobson, Roman, <i>Essais de linguistique générale</i> , Minuit, 1963. Jakobson, Roman, „Linguistic and poetics” în <i>Language in Literature</i> , The Belknap Press of Harvard University Press, 1987. Olins, Wally, <i>On Brand</i> , Thames & Hudson, 2003. Reboul, Olivier, <i>Le slogan</i> , Complexe, 1975. Reboul, Olivier, <i>La rhétorique</i> , PUF, 1984. Saussure, Ferdinand de, <i>Cours de linguistique générale</i> , Payot, 1979 (ediție originală 1916). Searle, J.R., <i>Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language</i> , Cambridge University Press, 1969.			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Semnul publicitar. Branding, naming, sloganing	exerciții	2	
Modularea mesajului	exerciții	2	
Retorica brevilocvenței	exerciții	4	
Teoria argumentării	exerciții	2	
Noua retorică vizuală SIT (Systematic Inventive Thinking)	exerciții	2	
Noțiuni de web/content writing	exerciții	2	
Bibliografie idem supra			

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

Studentii capătă abilitatea de a analiza critic campaniile din spațiul public.

#### 10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea principalelor formule retorice din copy/content writing		25%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Schițarea unei campanii civic/sociale și a uneia comerciale, aplicând cunoștințele deprinse la curs/seminar.		75%
10.6 Standard minim de performanță			
Elaborarea unei campanii prin care să demonstreze capacitatea de a crea un discurs articulat aplicând cunoștințele deprinse la curs/seminar.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024.

<b>Conf. dr. Adrian LĂCĂTUȘ,</b>	<b>Prof. dr. Rodica ILIE,</b>
<b>Decan</b>	<b>Director de departament</b>
<b>Lector dr. Florin DUMITRESCU,</b>	<b>Lector dr. Florin DUMITRESCU,</b>
<b>Titular de curs</b>	<b>Titular de seminar</b>

Notă:

- <sup>1)</sup> Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- <sup>2)</sup> Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- <sup>3)</sup> Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- <sup>4)</sup> Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- <sup>5)</sup> Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).