

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 ¹⁾	Filologie
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Studii de Limbă și Literatura Germană din perspectivă interculturală

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Imagine și text – semiotica reclamei							
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Ioana Andrea Diaconu							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lect. dr. Ioana Andrea Diaconu							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Continut ³⁾	DSI
							Obligativitate ⁴⁾	DO

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					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	72				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Studiul de licență finalizat
4.2 de competente	• Nivel de germană B2

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Videoproiector, acces la internet.
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	• Sală de curs de dimensiuni medii, videoproiector, acces la internet.

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

Competențe profesionale	<p>C1. Proiectarea și managementul activităților de traducere și dezvoltarea competențelor lingvistice</p> <p>RÎ.1.1 Absolventul își actualizează competențele lingvistice și cunoștințele profesionale. Desfășoară activități de cercetare sau practice în ceea ce privește competențele lingvistice pentru a rămâne la curent cu schimbările survenite în limbă, în scopul de a interpreta cât mai bine.</p> <p>RÎ.1.2 Absolventul utilizează dicționare și surse de informare. Caută informații și resurse relevante utilizând baze de date, pentru a sprijini procesul de traducere, cercetare și documentare.</p> <p>RÎ.1.3 Absolventul aplică reguli de gramatică și ortografie.</p> <p>Aplică regulile de ortografie și gramatică și asigură coerența în texte.</p> <p>RÎ.1.4 Absolventul stăpânește normele lingvistice.</p> <p>RÎ.1.5 Absolventul vorbește mai multe limbi străine. Stăpânește limbi străine, pentru a putea comunica într-una sau mai multe limbi.</p> <p>RÎ.1.5 Absolventul urmează un cod de conduită etică în activitățile de traducere. Traduce în conformitate cu principiile de echitate, transparență și imparțialitate, evitând ca opiniile personale să afecteze calitatea traducerii sau interpretării.</p> <p>C 2. Proiectarea și managementul activităților de Referent literar</p> <p>RÎ.2.1 Absolventul sintetizează informații: Citește, interpretează și rezumă în mod critic informații noi și complexe din diverse surse.</p> <p>RÎ.2.2 Absolventul demonstrează capacitatea de a utiliza concepte pentru a crea și înțelege generalizările și de a le corela sau conecta la alte elemente, evenimente sau experiențe.</p> <p>RÎ.2.3 Absolventul conștientizează dimensiunea interculturală, manifestând sensibilitate față de diferențele culturale și promovând interacțiunea pozitivă între indivizi și organizații internaționale, facilitând integrarea acestora în cadrul comunităților.</p>
Competențe transversale	<p>CT.1 Comunicarea și cooperarea în contexte profesionale</p> <p>RÎ1.1 Absolventul gestionează evoluția personală.</p> <p>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.</p> <p>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 Respectă diversitatea valorilor și a normelor culturale.</p> <p>Dă dovada de competență interculturală și de respect și de toleranță față de valorile și normele culturale.</p> <p>RÎ2.2 Gestionează planificarea activităților și a timpului.</p> <p>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 grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Prezentarea tipurilor de discurs publicitar Descrierea culturii ca obiect al textului publicitar.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Prezentare comparativă a unor forme ale comunicării interculturale în publicitate Dezvoltarea capacității de analiză conform unor paradigme (inter)culturale;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observatii
Textul publicitar ca forma de discurs cultural/intercultural.	Frontal/ interactiv	2	-
Semiotica în publicitate - influențarea percepției și acțiunilor grupului țintă prin imagini, cuvintele și alte elemente de semn.	Frontal/ interactiv	2	-
Semnificația culorilor în publicitate.		2	
Imaginile și simbolurile din publicitate			
Imaginea ca mijloc de comunicare ale unor stereotipuri culturale în publicitate.	Frontal/ interactiv	4	
Formarea mesajului publicitar prin coduri culturale	Frontal/interactiv	4	
Bibliografie Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt 1992. Eco, Umberto: Einführung in die Semiotik, 9., unveränderte Auflage. München: Fink Verlag 2002.			

<p>Ender, Gerdum/Hampel, Dirk/Wachholder, Kai: Bedeutungsmanagement für Produkt und Kommunikation. Die Zeit der Zeichen: angewandte Semiotik im Marketing, 3., überarbeitete Auflage, Berlin: Logos Verlag 2005.</p> <p>Keller, Rudi: Zeichentheorie: Eine pragmatische Theorie semiotischen Wissens, 2. Auflage. Tübingen: A. Francke Verlag 2018.</p> <p>Kriegeskorte, M.: <i>100 Jahre Werbung im Wandel</i>. Köln: Du Pont 1995</p> <p>Nöth, Winfried: Handbuch der Semiotik, 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart; Weimar: Verlag J.B. Metzler 2000.</p> <p>Volli, Ugo: Semiotik: Eine Einführung in ihre Grundbegriffe. Tübingen: A. Francke Verlag 2002.</p>			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Publicitate – scop/modalități de distribuire a informației publicitare	interactiv	2	-
Publicitate pe suport video vs. suport print	interactiv	2	-
Traducerea textului în imagine	interactiv	2	-
Recunoașterea și înțelegerea codurilor culturale în reclame		2	
Analiza semiotică a reclamelor: exemple și explicații	interactiv	6	-
<p>Bibliografie</p> <p>1.Faizan, Mohad: The Role of Semiotics in Advertising: Communicative Approach, in: Language in India, Vol.19:2 February 2019, S.135 – 142.</p> <p>2. Kerschensteiner, Klaus: Verpackungssemiotik. Kulturelle Herausforderungen für Packungsdesigner und Produktmanager, in: Nies, Martin (Hrsg.): Schriften zur Kultur- und Mediensemiotik Online, Nr. 3 Sonderband: Semiotik und Arbeitswelt, S.73 - 97, Marburg: Schüren Verlag 2017.</p>			

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

<p>Formarea de competențe fundamentale pentru profesia de dascăl: - dezvoltarea capacității de analiză conform unor paradigme (inter)culturale;</p> <p>Formarea de competențe pentru profesia de manager cultural: - Interpretarea în context intercultural a experiențelor cognitive și emoționale;</p> <p>-Dezvoltarea și aprofundarea înțelegerii importanței comunicării în contextul culturii și civilizației legate de limba studiată;</p> <p>-Perceperea de sine prin cunoașterea elementelor specifice altor culturi.</p>

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluarea lucrării după relevanța temei, conținut, demers al cercetării, exprimare academică, bibliografie	Lucrare la final de semestru (proiect publicitar)	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Capacitatea de analiză și sinteză; Prezentare, Handout, Capacitatea de a răspunde la întrebări	Activitate de cercetare	20%
	Participarea la discuții, susținerea propriilor puncte de vedere	Activitate pe platformă	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Evaluarea obiectivă și corectă a unor stereotipuri culturale și reinterpretarea lor în texte critice. 			

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.

Conf.dr. Adrian LĂCĂTUȘ Decan	Prof. dr. Rodica Ilie Director de departament
Lect. dr. Ioana Andrea Diaconu Titular de curs	Lect. dr. Ioana Andrea Diaconu Titular de seminar/ laborator/ proiect

--	--

Notă:

- 1) 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) ;
- 2) Ciclul de studii - *se alege una din variantele:* Licență/ Master/ Doctorat;
- 3) 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*;
- 4) Regimul disciplinei (obligativitate) - *se alege una din variantele:* DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- 5) Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).