

FIȘA DISCIPLINEI
(în baza OM nr. 5703/2011)

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 27/22.10.2015

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe și Arte
1.3. Domeniul de studii	Cinematografie, forografie, media
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Cinematografie, fotografie, media
1.6. Calificarea	Comunicare audiovizuală: scenaristică, publicitate media, filmologie

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Media		
2.1. Denumirea disciplinei	Structuri narrative, publicitate		
2.2. Titularul disciplinei/a activităților de curs			
2.3. Titularul (ii) activităților de	seminar		
	laborator	asist. univ. drd. Boné Ferenc	
	proiect		
2.4. Anul de studiu	2	2.5. Semestrul	1
2.6. Tipul de evaluare	C	2.7. Regimul disciplinei	DO

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs		3.3. seminar /laborator /proiect /practica	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs		3.6. seminar /laborator /proiect /practica	28
Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
d) Tutoriat					5
e) Examinări					5
f) Alte activități:					
3.7. Total ore studiu individual	47				
3.8. Total ore pe semestru	75				
3.9. Numărul de puncte de credit	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	
4.2. De competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	calculator, proiector.
---	------------------------

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Analiza funcțiilor și tehnicilor publicității ca forma de comunicare. Analiza limbajului cinematografic ca fundament al unei culturi/educații bazate pe imagine.
Competențe transversale	Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și a tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Publicitatea, ca formă de comunicare, funcționează actualmente în mai multe medii. Calitățile ei sunt dezvoltate de experimente artistice, dar și de regulile stricte ale economiei de piață. Artă aplicată și soluție pragmatică: printre producătorii ei uneori se enumeră renumiți regizori și artiști plastici. Analiza naratologică a reclamelor ajută la descifrarea uneia dintre cele mai frecvente forme de expresie ale culturii contemporane, și în același timp dezvoltă noțiunile și tehnicile de bază ale povestirii filmice și fotografice.
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conținuturi

8.3. Laborator	Metode de predare	Observații
01. Introducere; stabilirea cerințelor		2 ore
02. Istoria societății de consum. Cultura consumatorului	studiu de caz, dezbateri	2 ore
03. Introducere în cultura vizuală. Nicholas Mirzoeff	studiu de caz, dezbateri	2 ore
04. Publicitatea și brandingul	studiu de caz, dezbateri	2 ore
05. Antecedentele istorice ale publicității. Emblemele renascentiste și publicitatea modernă	studiu de caz, dezbateri	2 ore
06. Paradigme istorice ale naratăi pictoriale. Mihail Bahtin și Wolfgang Kemp	studiu de caz, dezbateri	2 ore
07. Analiza culturală a naratăi pictoriale. Mieke Bal	studiu de caz, dezbateri	2 ore
08. Naramele de bază ale culturii. Northrop Frye și teoria miturilor	studiu de caz, dezbateri	2 ore
09. Lumea diegetică. Noël Burch	studiu de caz, dezbateri	2 ore
10. Naratologia formalistă a filmelor. David Bordwell	studiu de caz, dezbateri	2 ore
11. Semiotică și publicitate	studiu de caz, dezbateri	2 ore
12. Retorică și publicitate	studiu de caz, dezbateri	2 ore
13. Analiză de publicitate	studiu de caz, dezbateri	2 ore
14. Colocvii		2 ore
Bibliografie Bal, Mieke: Látvány és narratíva egyensúlya. In: Thomka Beáta (szerk.) <i>Narratívák 1. Képelemzés</i> . Kijarat, Budapest, 1998. 155–183. Bignell, Jonathan: Advertisements. In: <i>Media Semiotics: An Introduction</i> . Manchester–New York, Manchester University Press. 28–54. Bordwell, David: Az elbeszélés alapelvei. In: <i>Elbeszélés a játékfilmben</i> . Filmtudományi Intézet, Budapest, 1996. 61–75. Branson, Gill–Roy Stafford: Advertising and Branding. In: <i>The Media Student's Book</i> , London–New York, Routledge, 2002. 365–384. Burch, Noël: Narráció, diegézis: küszöbök és határok. In: <i>Metropolis</i> . (i.) Chandler, Daniel: <i>Rhetorical Tropes</i> (i.) Daly, Peter M.: Modern Advertising and the Renaissance Emblem: Modes of Visual and Verbal Persuasion. In: Hölting, Karl Josef–Peter M. Daly–Wolfgang Iser (eds.): <i>Words and Visual Imagination: Studies in the Interaction of English Literature and the Visual Arts</i> . Nürnberg, Erlangen, 1988. 349–371. Frye, Northrop: Archetipikus kritika: a mítoszok elmélete. In: <i>A kritika anatómiája</i> . Helikon, Budapest, 1998. 135–203. <i>Introduction To Visual Culture</i> . Oxford, Oxford University Press, 2001. 189–236. Kemp, Wolfgang: A ház kronotoposza a németalföldieknél. In: <i>A festők terei. A képi elbeszélés Giotto óta</i> . Kijarat, Budapest, 2003. 99–116. Mirzoeff, Nicholas: Mi a vizuális kultúra? In: <i>Ex Symposion</i> , 2000/32–33. 27–32. (i.)		

Sturken, Marita–Lisa Cartwright: Consumer Culture and the Manufacturing of Desire. In: *Practices of Looking: An Introduction To Visual Culture*. Oxford, Oxford University Press, 2001. 189–236.

Cathelat, Bernard: *Publicitate și societate*. Editura Trei, București, 2005.

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

Conținutul și bibliografia acestei discipline este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și străinătate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare: prezență, temă realizată

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs				
10.5.	Seminar			
	Laborator		referat	90%
	Proiect			
10.6. Standard minim de performanță 45%				

Data completării
10.09.2015

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar
asist. univ. drd. Boné Ferenc



Data avizării în departament
15.09.2015

Semnătura directorului de departament,
prof. univ. dr. Pethő Ágnes

