

## A. FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunității
1.3. Departamentul	Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate
1.4. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Publicitate
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență redusă

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>PUBLICITATE MULTIMEDIA</b>			Codul disciplinei	<b>UME5315</b>			
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină				Lect. univ. dr. Julia Szambolics				
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect – asistent				Lect. univ. dr. Julia Szambolics				
2.4. Anul de studiu	2	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DS
							Obligativitate	Obligatorie/ opțională DOb

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	3	din care: 3.2. curs	2			3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore pe semestru – forma Învățământ la distanță	150	din care: 3.5. SI SI = număr ECTS x 25ore/credit – (AI+ST+SF+L/P)	114	AI= Nr.ore curs IF x nr. săptămâni	24	3.6. ST (nr ore) + SF ( nr ore) + L/P ( nr ore)	12
<b>Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>							<b>ore</b>
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)							24
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							56
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri							52
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)							2
3.5.5. Examinări							2
3.5.6. Alte activități [comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină / tutorele]							2
<b>3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>	138						
<b>3.8. Total ore pe semestru</b> (număr ECTS x 25 de ore)	150						
<b>3.9. Numărul de credite</b>	6						

#### 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

Competențe profesionale	Formularea de ipoteze, operaționalizarea conceptelor, explicarea și interpretarea fenomenelor Cunoașterea principalelor concepte privitoare la dezvoltarea unui produs publicitar/ a unei campanii publicitare Cunoașterea principalelor concepte, a terminologiei specifice domeniului publicitar Dezvoltarea și implementarea ideilor creative publicitare Elaborarea unor proiecte publicitare
Competențe transversale	Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. Abordarea într-o manieră realistă a problemelor specifice activității profesionale, elaborarea unor soluții eficiente. Capacitatea de a duce la bun sfârșit realizarea unei sarcini profesionale specifice, capacitatea de a lucra independent, de a comunica audiențelor diferite rezultatul activității sale

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cursul urmărește să creeze o bază de cunoștințe teoretice și în special practice în domeniul televiziunii și al radioului
7.2. Obiectivele specifice	Formarea deprinderilor de bază, însușirea limbajului și a tehnicii producerii conținuturilor televizate și radiofonice

#### 8. Conținuturi

8.1. AI, SI	Metode de predare	Observații
Elemente de gramatică al limbajului audiovizual. Definiții, tipologii 1	Studiu individual	10% AI, SI
Elemente de gramatică limbajului audiovizual. Definiții, tipologii 2	Studiu individual	10% AI, SI
Concepte cheie: mesajul publicitar. Obiective	Studiu individual	10% AI, SI
Mesajul publicitar la tv/la radio. Caracteristici	Studiu individual	10% AI, SI
Mesajul publicitar la tv/la radio. Exemple și analiză	Studiu individual	10% AI, SI
Story-board-ul, mood-board-ul	Studiu individual	20% AI, SI
Buyer persona	Studiu individual	10% AI, SI
Elemente de producție	Studiu individual	10% AI, SI
Recapitulare	Exemple	10% AI, SI
Bibliografie: Suport de curs Julia Szambolics de pe platforma Moodle. Haineș, Rosemarie, Televiziunea și reconfigurarea politicului, Iași, Polirom, 2002. Ionica Lucian, Imaginea vizuala, editura Marineasa, 2005. Millerson, Gerald – Effective TV Production, media manual, Third Edition, Oxford, UK, Focal Press, 1998 Rosenblum, Michael – Rosenblum’s Rules – Guide to Becoming a Videojournalist – New York, USA, TheRosenblum Institute, 1998		

<p>Rosenblum, Michael – Videojournalism – Theory and Application New York, USA, The Rosenblum Institute, 2005  Rusu-Păsărin, Gabriela, Comunicare audio-vizuală, Craiova, Universitaria, 2005.  Shook, Frederick – Television Field Production and Reporting, Longman Publishers, New York, USA 1997  Zeca-Buzura, Daniela, Jurnalismul de televiziune, Iași, Polirom, 2005.</p>		
<b>8.2. ST</b> [Temele seminariilor desfășurate prin intermediul platformei/temele de control, conform calendarului disciplinei]	Metode de predare-învățare	Observații
Concepte cheie: mesajul publicitar la TV/radio/social media	Studiu individual + interacțiune cu tutorele	Discuții pe aceste teme vor avea loc în cadrul întâlnirilor față în față sau în cadrul întâlnirilor online.
Story-board-ul, mood-board-ul, buyer persona	Studiu individual + interacțiune cu tutorele	Discuții pe aceste teme vor avea loc în cadrul întâlnirilor față în față sau în cadrul întâlnirilor online.
<p><b>Bibliografie:</b>  Suport de curs Julia Szabolics de pe platforma Moodle.  Haineș, Rosemarie, Televiziunea și reconfigurarea politicului, Iași, Polirom, 2002.  Ionica Lucian, Imaginea vizuala, editura Marineasa, 2005.  Millerson, Gerald – Effective TV Production, media manual, Third Edition, Oxford, UK, Focal Press, 1998  Rosenblum, Michael – Rosenblum’s Rules – Guide to Becoming a Videojournalist – New York, USA, TheRosenblum Institute, 1998</p>		
<b>8.3. SF</b> [Modulele/Capitolele/Temele seminariilor dezbătute în cadrul întâlnirilor față în față, conform calendarului disciplinei]	Metode de transmitere a informației	Observații
Elemente de gramatică al limbajului audiovizual	Prezentare orală/ Activități interactive	
Concepte cheie: mesajul publicitar la TV/radio/social media	Prezentare orală/ Activități interactive	
<p><b>Bibliografie:</b>  Suport de curs Julia Szabolics de pe platforma Moodle.  Haineș, Rosemarie, Televiziunea și reconfigurarea politicului, Iași, Polirom, 2002.  Ionica Lucian, Imaginea vizuala, editura Marineasa, 2005.  Millerson, Gerald – Effective TV Production, media manual, Third Edition, Oxford, UK, Focal Press, 1998  Rosenblum, Michael – Rosenblum’s Rules – Guide to Becoming a Videojournalist – New York, USA, TheRosenblum Institute, 1998  Rosenblum, Michael – Videojournalism – Theory and Application New York, USA, The Rosenblum Institute, 2005  Rusu-Păsărin, Gabriela, Comunicare audio-vizuală, Craiova, Universitaria, 2005.  Shook, Frederick – Television Field Production and Reporting, Longman Publishers, New York, USA 1997  Zeca-Buzura, Daniela, Jurnalismul de televiziune, Iași, Polirom, 2005.</p>		
<b>8.4. L/P</b> [conform calendarului disciplinei]	Metode de predare-învățare	Observații
<p><b>Bibliografie:</b></p>		

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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
<b>10.4. AI, SI</b>		Examen	50%
<b>10.5. ST /L/ P</b>		Teme de control	50%
<b>10.6. Standard minim de performanță</b> <b>Pentru nota minimă, masteranzii vor elabora fie o analiză foarte bună la examen, fie vor rezolva foarte bine cerințele care țin de seminar.</b>			

Coordonator de disciplină  
Lect.univ. dr. Julia Szambolics



Asistent  
Lect.univ. dr. Julia Szambolics



Responsabil de studii ID/IFR,  
Prof. univ. dr. Delia Cristina Balaban



*Data*  
*1 Octombrie 2023*