

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Facultatea de Istorie și Filosofie
1.3 Departamentul	Istorie medievală, premodernă și istoria artei
1.4 Domeniul de studii	Studii culturale
1.5 Ciclul de studii	licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Turism cultural

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Introducere în istoria media și a publicității						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr. Ionuț Costea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.dr. Ionuț Costea						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					14
Examinări					2
Alte activități: .....					
3.7 Total ore studiu individual		58			
3.8 Total ore pe semestru		100			
3.9 Numărul de credite		4			

### 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	•

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de analiză</li> <li>• Creativitate</li> <li>• Capacitate de sinteză</li> <li>• Lucrul în echipă</li> <li>• Însușirea și operarea cu vocabularul disciplinei</li> <li>• Operarea cu noțiuni de istorie economică, istoria jurnalismului, societate de consum, marketing</li> <li>• Cunoașterea tipologiei produselor de publicitate</li> <li>• Etapele și evoluția publicității în secolele al XIX-lea și al XX-lea</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spirit critic</li> <li>• Spirit civic</li> <li>• Etica profesională</li> <li>• Integrare într-un colectiv de muncă</li> <li>• Disciplina muncii</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea ăprincipalelor etape ale evoluției publicității în secolele al XIX-lea și al XX-lea, stăpânirea conceptelor din publicitate și familiarizarea cu literatura istorică generală și românească a acestui domeniu de cunoaștere.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definirea conceptelor și domeniului istoriei publicității</b></li> <li>• <b>Cunoașterea surselor pentru istoria publicității (literare, memorialistică, site-uri)</b></li> <li>• <b>Direcții de cercetare în istoria publicității</b></li> <li>• <b>Periodizarea istoriei publicității și caracteristicile principale</b></li> <li>• <b>Cunoașterea celor mai importante agenții de publicitate, a reprezentanților acestui domeniu și a celor mai importante produse realizate de-a lungul timpului</b></li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere. Cultura publicității, relația cu alte discipline, evoluția istoriei publicității.	Prelegere	Prezentare imagini
2. Precedente. Începuturile. Impactul tiparului. Revoluția industrială. Nașterea pieței moderne. Mass media și consumerismul.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
3. Prima „vârstă a globalizării”, 1880-1900. Noua cultură a consumului, rolul publicității, noile media, publicitatea națională.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
4. Dezvoltarea economiei consumeriste, 1900-1914. Publicitate și progres. Figuri reprezentative: C. Hopkins, Helen Landsdowne Resor.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
5. Publicitatea modernă în anii 20. Era prosperității. Radioul și publicitatea. Figuri reprezentative: Albert Lasker, J.Walter Thompson.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
6. Publicitate, criză, război. Criza economică din anii 30.	Prelegere	Prezentare imagini

Apariția televiziunii în publicitate Inovații: J.Stirling Getchell, Raymond Rubicam.	Dezbateri	
7. Publicitate și toalarism: fascismul și publicitatea; publicitatea în Germania Nazistă.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
8. Explozia de după anii războiului. „Fabuloșii ani 50”. Era atomică. Segmentarea pieței. Explozia televiziunii.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
9. Revoluția creativă în publicitate, 1960-1975.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
10. Publicitate și socialism: URSS, RDG, Jugoslavia, România.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
11. Globalizare și publicitate. Management și mega-agenții. Diferențierea producției și segmentarea piețelor (Subcultură, pieță de nișă, Noua revoluție creativă).	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
12. Revoluția informatică, 1990-1999. Internetul și publicitatea.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
13. Publicitatea în noul mileniu. Publicitate în era multimedia.	Prelegere Dezbateri	Prezentare imagini
14. Observații, concluzii, evaluări.	Dezbateri	

## Bibliografie

### Izvoare

*Antologie de texte despre publicitate*, ediție de Cezar Tabarcea, Alexandra Crăciun, București, 2003.

Petre Barbu, *Primul an de publicitate*, București, 2013.

Denis Higgins, *Cum se scrie în publicitate*, București, 2013.

Claude C. Hopkins, *Viața mea în publicitate*, Buc., 2007.

David Ogilvy, *Ogilvy despre publicitate*, Buc., 2001.

Idem, *Confesiunile unui om de publicitate*, Buc., 2009.

J. Seguela, *Un fiu al publicității*, Buc., 2008.

Advertising Age alete site-uri utile pentru istoria publicității.

### Literatura de specialitate

#### a) Istoria generală a publicității

Fowels, Jib, *Advertising and Popular Culture*, Sage Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, 1996.

Juliann Sivulka, *Soap, Sex, and Cigarettes: A Cultural History of American Advertising*, ed. a II-a, Wadsworth, 2011.

Pamela E. Swett. S. Jonathan Wiese, *Advertising in Twentieth-Century Germany*, Duke University Press, Durham, London, 2007.

M. Tungate, *Ad-Land. Istoria universală a publicității*, Humanitas, București, 2012.

James B. Twitchel, *Twenty Ads That Shook the World*, New York, 2000.

#### b) Istoria publicității în România

Cornel Crăciun, *Cultură și reclamă în Transilvania interbelică*, Cluj-Napoca, 1998.

Marian Petcu, *Istoria jurnalismului și a publicității în România*, Iași, 2007.

Idem, *O istorie ilustrată a publicității românești*, București, 2002.

Marian Petcu (coord.), *Studii de istoria publicității*, București, 2015.

### **Bibliografie facultativa**

Delia Balaban, *Comunicare publicitară*, Cluj-Napoca, 2005.

Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006.

Bernard Cathelat, *Publicitate și societate*, București, 2005.

Patrice Flichy, *O istorie a comunicării moderne*, Iași, 1999.

Jean-Noel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Iași, 1997.

Gheorghe Cosma, *Afișul românesc*, București, 1980.

Pierre Albert, *Le press*, Paris, 1996.

Daniel Bougnoux, *Introducere în științele comunicării*, Iași, 2000.

Pierre Bourdieu, *Despre televiziune*, București, 1998.

Marshall McLuhan, *Galaxia Gutenberg*, București, 1975.

Eric McLuhan, *Mass-media sau mediul invizibil*, București, 1997.

T. Pavel, *Publicitate și reclamă în comerțul socialist*, București, 1962.

C. Săvescu, *Cronologia ilustrată a fotografiei din România. 1834-1916*, București, 1985.

Florică Vrânceanu, *Un secol de agenții de presă românești*, Pitești, 2000.

Dimitrie Todoran, *Psihologia reclamei. Studii de psihologie economică*, Cluj, 1935.

A. Berca, *Reclamă și publicitate comercială*, București, 1979.

Frederic Barbier, Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des medias*, Paris, 2000.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Prezentare de carte: Claude C. Hopkins, <i>Viața mea în publicitate</i> , Buc., 2007.	Prezentare și dezbateri	
Prezentare de carte: David Ogilvy, <i>Ogilvy despre publicitate</i> , Buc., 2001.	Prezentare și dezbateri	
Prezentare de carte: J. Seguela, <i>Un fiu al publicității</i> , Buc., 2008.	Prezentare și dezbateri	
Advertising Age alete site-uri utile pentru istoria publicității.	Prezentare și dezbateri	

Prezentare de carte: Marian Petcu, <i>O istorie ilustrată a publicității românești</i> , București, 2002.	Prezentare și dezbateri	
Prezentare de carte: Cornel Crăciun, <i>Cultură și reclamă în Transilvania interbelică</i> , Cluj-Napoca, 1998.	Prezentare și dezbateri	
Modernitate și timp social: nașterea vacanței.	Prezentare pe echipe	
Nașterea turismului. Stațiunile balneoclimaterice și publicitatea.	Prezentare pe echipe	
Litoral, muntele și publicitate în România, sec. XX.	Prezentare pe echipe	
Publicitate și turism religios: pelerinajele.	Prezentare pe echipe	
Istoria afișului românesc.	Prezentare pe echipe	
Artă și publicitate: artiști din sec. XX în publicitate.	Prezentare pe echipe	

## Bibliografie

### Izvoare

*Antologie de texte despre publicitate*, ediție de Cezar Tabarcea, Alexandra Crăciun, București, 2003.

Petre Barbu, *Primul an de publicitate*, București, 2013.

Denis Higgins, *Cum se scrie în publicitate*, București, 2013.

Claude C. Hopkins, *Viața mea în publicitate*, Buc., 2007.

David Ogilvy, *Ogilvy despre publicitate*, Buc., 2001.

Idem, *Confesiunile unui om de publicitate*, Buc., 2009.

J. Seguela, *Un fiu al publicității*, Buc., 2008.

Advertising Age alete site-uri utile pentru istoria publicității.

### Literatura de specialitate

#### c) Istoria generală a publicității

Fowels, Jib, *Advertising and Popular Culture*, Sage Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, 1996.

Juliann Sivulka, *Soap, Sex, and Cigarettes: A Cultural History of American Advertising*, ed. a II-a, Wadsworth, 2011.

Pamela E. Swett. S. Jonathan Wiese, *Advertising in Twentieth-Century Germany*, Duke University Press, Durham, London, 2007.

M. Tungate, *Ad-Land. Istoria universală a publicității*, Humanitas, București, 2012.

James B. Twitchel, *Twenty Ads That Shook the World*, New York, 2000.

#### d) Istoria publicității în România

Cornel Crăciun, *Cultură și reclamă în Transilvania interbelică*, Cluj-Napoca, 1998.

Marian Petcu, *Istoria jurnalismului și a publicității în România*, Iași, 2007.

Idem, *O istorie ilustrată a publicității românești*, București, 2002.

Marian Petcu (coord.), *Studii de istoria publicității*, București, 2015.

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

- **Prezentarea literaturii contemporane, dezvoltarea competențelor și abilităților generale și specifice necesare într-o agenție de publicitate**

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	analiză	orală	25%
	sinteză	orală	25%
10.5 Seminar/laborator	Exprimare logică	orală	25%
	argumentare	orală	25%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Obținerea notei 5: participare la dezbateri prezentare carte (cel puțin 3 intervenții); integrare într-o echipă pentru lucru în echipă; elaborarea celor două subiecte de la examen pentru obținerea notei minime.</li></ul>			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2016

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

Sept. 2016

.....