



ROMÂNIA
UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA
FACULTATEA DE ISTORIE ȘI FILOSOFIE
DEPARTAMENTUL STUDII INTERNAȚIONALE ȘI ISTORIE CONTEMPORANĂ

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	Studii Internaționale și Istorie Contemporană
1.4. Domeniul de studii	Istorie
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/ Calificarea	Istorie memorie oralitate în secolul al XX-lea

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	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	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E

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

3.1. Nr. de ore pe săptămână	3	Din care 3.2. curs	2	Din care 3.3. seminar/ laborator	1
3.2. Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	• Nu este cazul
4.2. de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	•
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	•

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	• Capacitatea de analiză • Creativitate • Lucrul în echipă
Competențe Transversale	• Spirit critic • Spirit civic • Etica profesională

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Cunoașterea evoluției istoriei publicității în cultura modernă și contemporană
7.2 Obiective specifice	• Definirea conceptelor și domeniului istoriei publicității • Cunoașterea surselor pentru istoria publicității (literare, memorialistică, site-uri) • Direcții de cercetare în istoria publicității • Periodizarea istoriei publicității și caracteristicile principale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Cultura publicității. Istoria publicității	Prelegere	
2. Direcții de cercetare: istoria economică, instituțională și biografia	Prelegere	
3. Direcții de cercetare: istorie culturală, viața cotidiană, istoria ideilor și ideologiilor	Prelegere	
4. Biografie și istoria publicității	Dezbateri	
5. De la istoria instituțiilor la istoria globală	dezbateri	
6. Istoria publicității ca “agent” al modernizării	Dezbateri	
7. Publicitate și mass media	Dezbateri	
8. Publicitate și cultura de consum	Dezbateri	
9. Publicitate și cultura populară	Dezbateri	
10. Publicitate, ideologie politică și religie	Dezbateri	
11. Artă și publicitate	Dezbateri	
12. Identități de gen și publicitate	Dezbateri	
13. Publicitate și viața cotidiană	Dezbateri	
14. Concluzii	Dezbateri	
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere. Prezentare obiect, tematică, istoria publicității ca		

istorie culturală.		
2. Izvoare : memorialistica	Proiect în echipă	
3. Izvoare : site-uri	Proiect în echipă	
4. Propagandă și publicitate. Instituționalizarea publicității.	Proiect în echipă	
5. Tărâmul făgăduinței. Publicitatea în SUA (1920+1940)	Proiect în echipă	
6. Tărâmul făgăduinței. Publicitatea în SUA. (1950+1965)	Proiect în echipă	
7. Revoluția creativă în publicitate	Proiect în echipă	
8. Publicitatea în Europa: Marea Britanie	Proiect în echipă	
9. Publicitatea în Europa: Franța	Proiect în echipă	
10. Publicitatea în Europa de Est	Proiect în echipă	
11. Publicitatea în Europa de Est: cazul României	Proiect în echipă	
12. Publicitate și globalizare	Proiect în echipă	
13. Publicitate și cultură vizuală	Proiect în echipă	
14. Publicitate și identitate de gen	Proiect în echipă	

Bibliografie

Claude C. Hopkins, *Viața mea în publicitate*, Buc., 2007.
Fowels, Jib, *Advertising and Popular Culture*, Sage Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, 1996.
Jackson T.J. Lears, *Fables of abundance: a cultural history of advertising in America*, New York, 1994.
Gills Lipovestky, *Fericirea paradoxală*, Iași, 2007.
David Ogilvy, *Ogilvy despre publicitate*, Buc., 2001.
Idem, *Confesiunile unui om de publicitate*, Buc., 2009.
J. Seguela, *Un fiu al publicității*, Buc., 2008.
M. Tungate, *Ad-Land. Istoria universală a publicității*, Humanitas, București, 2012.
Antologie de texte despre publicitate, ediție de Cezar Tabarcea, Alexandra Crăciun, București, 2003.
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.

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

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

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Eseu bibliografic	Scris	20%

10.5. Seminar/ laborator	Prezentare proiect în echipă Redactarea proiectului în echipă	Colocviu	80%
10.6. Standard minim de performanță			
▪ Nota 5 (cinci) Eseu bibliografic, prezentarea proiectului în echipă			