



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 / Istorie
1.5. Ciclul de studii	licență
1.6. Programul de studii/ Calificarea	Turism cultural / Istoria artei

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	5	2.6. Tipul de evaluare	E

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					69 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 seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					7
Examinări					2
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	• Nu este cazul
--------------------	-----------------

4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none"> • Nu este cazul
--------------------	--------------------------------------------------------------------------

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> •
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> •

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de analiză • Creativitate • Lucrul în echipă
Competențe Transve	<ul style="list-style-type: none"> • Spirit critic • Spirit civic • Etica profesională

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea evoluției istoriei publicității în cultura modernă și contemporană
7.2 Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • 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. Introducere: Istoria publicității – definirea temei, izvoare, direcții de cercetare, periodizare.	Prelegere	
2. Premisele apariției publicității modern: revoluția Atlantică, inventarea tiparului cu litere mobile, cultura tiparului; industrializare, urbanizare, democratizare.	Prelegere	
3. Publicitatea în secolul al XIX-lea: agentul de publicitate, agențiile de publicitate, reglementări juridice, profesionalizarea publicității.	Prelegere	
4. Publicitatea și cultura populară : societate de consum, cultură de masă.	Dezbateri	

5. Societatea de consum și publicitatea la începutul secolului al XX-lea (Europa, SUA)	dezbateri	
6. Publicitatea interbelică: consumatorul ideal, moda și publicitate, Marea Criză (Europa, SUA)	Dezbateri	
7. Publicitate și război: publicitate și propaganda, războaiele mondiale.	Dezbateri	
8. Publicitatea americană în a doua jumătate a secolului al XX-lea: subcultură, viață cotidiană, cultura vizuală.	Dezbateri	
9. Publicitate în România în prima jumătate a secolului al XX-lea.	Dezbateri	
10. Americanizarea publicității europene	Dezbateri	
11. Publicitate și Totalitarism: fascismul și nazismul.	Dezbateri	
12. Publicitate și socialism: URSS, Iugoslavia, Cehoslovacia, R.D. Germană, China.	Dezbateri	
13. Publicitatea în România în timpul regimului comunist	Dezbateri	
14. Publicitatea și cultura globală: revoluția comunicării, geografia publicității contemporane.	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

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 universala a publicitatii*, Humanitas, Bucuresti, 2012.

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

Virányi Péter, *Több mint reklámtörténelem*, Budapest, 2014.

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.

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	Examen	80%
10.6. Standard minim de performanță			
▪ Nota 5 (cinci) Eseu bibliografic, prezentarea proiectului în echipă			

Data completării:

Semnătura titularului de curs:

Semnătura titularului de seminar:

Data avizării în catedră

Semnătura Șefului de departament