

FIȘA DISCIPLINEI INTRODUCERE ÎN SEMIOTICĂ

1.Date despre program

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI |
| 1.2 Facultatea/Departamentul | FACULTATEA DE Jurnalism și Științele Comunicării |
| 1.3 Catedra | Departamentul de Antropologie culturală și Comunicare |
| 1.4 Domeniul de studii | Științe ale comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Ciclul 1. Studii universitare de licență |
| 1.6 Programul de studii/Calificarea | Comunicare și relații publice. Publicitate |

2.Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|--|---|---------------|----------|-----------------------|---------------|-------------------------|--------------------|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Introducere în semiotică | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | Lector Univ. Dr. Dan Podaru | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de seminar | Lector. Univ. Dr. Dan Podaru, Lector Univ. Dr. Adela Râpeanu | | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | II | 2.5 Semestrul | I | 2.6 Tipul de evaluare | Examen | 2.7 Regimul disciplinei | obligatoriu |

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 | | | | | 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 | | | | | 20 |
| Examinări | | | | | 4 |
| Alte activități | | | | | 10 |
| 3.7 Total ore ccumu individual | | | | | 94 |
| 3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7) | | | | | 150 |
| 3.10 Numărul de credite | | | | | 5 |

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|---|
| 4.1 de curriculum | Introducere în teoria comunicării |
| 4.2 de competențe | Abilități de identificare, comparare și analiză a informațiilor, de formare a unor comportamente și atitudini specifice comunicării profesionale, academice, interpersonale |

5.Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--|-------------------------|
| 5.1 de desfășurare a cursului | Echipament audio-video; |
| 5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului | Echipament audio-video; |

6.Competențe specifice cumulate

| | |
|-------------------------|--|
| Competențe profesionale | Cunoaștere și înțelegere Explicare și interpretare Comportamentale Atitudinale |
| Competențe transversale | Instrumentale (Capacitate de analiză și sinteză ; Comunicare scrisă si orală în limba română ; Capacitate de a elabora produse si analize de produse în domeniu) Sistemice (Creativitate ; spirit de observație ; capacitatea de a exprima opinii pertinente ; Capacitate de a lucra în echipă) |

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

| | |
|---------------------------------------|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Cursul și seminarul au ca scop formarea unor competențe de comunicare plurisemiotice. Finalitatea principală a cursului conceput ca interacțiune și permanentă reflecție critică asupra fenomenelor majore ale contemporaneității vizează pe de o parte interpretarea corectă a multiplelor sisteme de semne și pe de altă parte utilizarea lor creativă în contexte profesionale. Vor fi analizate și comparate gestualitatea, moda, simbolistica corpului în societatea contemporană, publicitatea în varii câmpuri culturale, iar discursurile aferente vor face obiectul unor analize complexe: iconice, verbale și retorice (non lingvistice și lingvistice), cat și simbolurile și simbolistica utilizate în cadrul unor evenimente publicitate/ de PR relevante la nivelul societății. |
| 7.2 Obiectivele specifice | La sfârșitul acestui curs, studenții vor fi capabili : <ul style="list-style-type: none"> • Să interpreteze si să utilizeze adecvat multiplele sisteme de semne ale societății contemporane • Să optimizeze comunicarea interpersonală, mediatică prin sincretizarea diverselor sisteme de semne |

8.Conținuturi

| 8.1 Curs | Metode de predare | Observații |
|--|---|------------|
| 1.Prezentarea cursului. Syllabus. Bibliografie. Evaluare Caracteristicile societății contemporane. Revoluția semiotică. Semiotica – definiție și delimitări. | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 2. Semiotica generala Noțiunea de semn. Principalele modele ale semnului. Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce și modelul triadic al semnului.Taxinomia peirciana. Procesul de semioza in Prelegere; | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 3. Iconicitate/indicialitate/Simbolizare | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |

| | | |
|---|--|-------|
| 4.Semiotici regionale. Semiotica narațiunii. Modele ale povestirii. | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 5. Semiotica publicității. Semne si simboluri în publicitate | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 6. Mit și naratiune în publicitate. Intertextualitatea în publicitate | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 7. Semiotica imaginii. Imagine și limbaj. Fotografia între cod si mesaj. Gramatica imaginii | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 8. Semiotica Modei. Coduri vestimentare. Nuditate | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 9. Modă. Dress code. Uniformă. Comunicarea artefactuală în societatea contemporană | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 10. Semiotica gestuală. Tipologia gesturilor. Corelația gest/limbaj. Proxemica – studiul relațiilor spațiale. E.T.Hall și limbajul tăcut al relațiilor spațiale. Conceptul de teritorialitate. Teatralitate. | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 11. Simbolism și identitate în societatea contemporană. Corpul de consum – evoluție și transformare | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 12. Semiotica Culturii (Semiotica televiziunii. Semiotica spațiului și cladirilor. Semiotica obiectelor) | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 13. Tipuri de simboluri, semne, mituri și credințe identificabile în publicitea contemporană | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| 14. Evaluarea cursului. Rediscutarea modelelor semiotice în vederea pregătirii examenului | Prelegere; Conversație euristică; materiale audio, video;hand outs | 2 ore |
| Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Adam Jean-Michel, Bonhomme Marc, 2005, Argumentarea Publicitara, Retorica elogiului si a persuasiunii, Iasi, Institutul European 2. Beasley Ron, Danesi Marcel, Persuasive Signs, The Semiotics of Advertising, Berlin-New York, 2002, Mouton de Gruyter 3. Barthes Roland, Mitologii, Bucuresti, 2015, Vellant 4. Barthes Roland, The Fashion System, Los Angeles, 1990, University of California Press 5. Baudrillard Jean, 2008, Societatea de consum, | | |

- Bucuresti. Ed. Comunicare.ro
6. **Bognoux Daniel**, 2000, Introducere in stiintele comunicarii, Iasi, Polirom
 7. **Boutaud Jean-Jeacques**, 2004/2005, Comunicare, semiotica si semne publicitare, Bucuresti, Ed. Tritonic
 8. **Chandler Daniel** 2002 *Semiotics. The Basics*, London, Routledge
 9. **Chelcea Septimiu et al.**, 2005, Comunicarea nonverbală: gesturile si postura, Bucuresti, Comunicare.ro
 10. **Danesi Marcel**, 2004, Messages, Signs and Meanings, Toronto, University of Toronto Press
 11. **Dragan Ioan**, 2007 *Comunicarea*, paradigme si teorii. Vol I si Vol II, București, RAO
 12. **Dragomir Otilia, Miroiu Mihaela**, 2002, Lexicon Feminist, Iași, Ed. Polirom
 13. **Eco Umberto**, O teorie a semioticii, București, 2008, Editura Trei
 14. **Fiske John**, 2003, *Introducere în Științele Comunicării*, Iași, Ed. Polirom
 15. **Fiske John, Hartley John**, 2003, Reading Television, London & New York, Routledge
 16. **Fred Davis**, Fashion, Culture and Identity, Chicago, 1992, University of Chicago Press
 17. **Grunberg Laura**, Introducere in sociologia corpului, 2010, Iasi, Polirom
 18. **Goffman Erving**, 2007, Viata cotidiana ca spectacol, Bucuresti, Ed. Comunicare.ro
 19. **Hollander Anne**, Sex and Suits, The Evolution of Modern Dress, New York, 1995, Kodansha International
 20. **Levi-Strauss Claude**, 1978, Antropologia structurala, Bucuresti, Ed. Politica
 21. **Levi-Strauss Claude**, 2011, Gîndirea sălbatică, Iași, Ed. Polirom
 22. **Levi-Strauss Claude**, 2014, Toți sîntem niște canibali, Iași, Ed. Polirom
 23. **Lipovetsky Gilles**, 2007, Fericirea paradoxala, Iasi, Polirom
 24. **Lipovetsky Gilles**, 2002, The Empire of Fashion, Chicago, Princeton Paper Backs
 25. **Lotman Iuri**, 1974, Studii de tipologie a culturii, Bucuresti, ed. Univers
 26. **O'Sullivan Tim et al.**, Concepte Fundamentale din stiintele comunicarii si studiile culturale, 2001, Iasi, Polirom
 27. **Olins Wally**, 2010, Despre brand, Bucuresti, Ed. Comunicare.ro
 28. **Olins Wally**, 2009, Manual despre branding, Bucuresti, Vellant
 29. **Nanu Adina**, 2018, Vezi? Comunicarea prin imagine, București, Editura Didactică și Pedagogică
 30. **Petcu Marian**, Dictionar enciclopedic de comunicare si termeni asociati, Bucuresti, 2014,

| | | |
|---|---|--------------|
| <p>C.H. Beck</p> <p>31. Petcu Marian, Sociologia luxului, București, 2015, Tritonic</p> <p>32. Podaru Dan, 2013, Semiotica modei. Mutații de gen în moda contemporană, București, Ed. Universității</p> <p>33. Podaru Dan, Marinescu Valentina, 2015, Moda, Gen si Identitate, Bucuresti, Tritonic</p> <p>34. Polhemus Ted, 2011, Fashion&Anti-fashion. Exploring adornment and dress from an anthropological perspective, Londra</p> <p>35. Popescu Costin, 2005, Publicitatea: O estetica a persuasiunii, Bucuresti, Ed. Universitatii din Bucuresti</p> <p>36. Propp Vladimir, Morfologia Basmului – versiune electronică</p> <p>37. Propp Vladimir, 1973, Radacinile istorice ale basmului fantastic, Bucuresti, Univers</p> <p>38. Rovența-Frumușani Daniela, 2012, Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze, București, Tritonic</p> <p>39. Rovența-Frumușani Daniela, 1999, Semiotica, societate, cultură, Iași, Institutul European</p> <p>40. Rubinstein Ruth P., 2001, Dress Codes. Meaning and messages in American Culture, Boulder, Colorado, West View Press</p> <p>41. Sartori Giovanni, 2006, Homo Videns, Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea, București, Ed. Humanitas</p> <p>42. Sebeok Thomas, Semnele: o introducere in semiotica, Bucuresti, 2002, Humanitas</p> <p>43. Veblen Thorstein, 2009, Teoria clasei de lux, Bucuresti, Ed. Publica</p> <p>44. Vlăsceanu Lazăr, 2007, Sociologie si modernitate, Iasi, Polirom</p> | | |
| <p>8.2 Seminar/laborator Metode de predare</p> | | |
| <p>1. Prezentarea activitatii de seminar. Syllabus. Bibliografie. Evaluare Semiotica – definiție și delimitări. Identificarea rolului semnelor in epoca contemporană</p> | <p>Conversatie euristica. dialog</p> | <p>2 ore</p> |
| <p>2 Prezentarea principalelor modele ale semnului (Saussure vs Peirce)</p> | <p>Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point, dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare</p> | <p>2 ore</p> |
| <p>3. Iconicitate/indicialitate/simbolizare(discurs cotidian, discurs politic, discurs stiintific)</p> | <p>Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point, dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare</p> | <p>2 ore</p> |
| <p>4.Semiotici regionale. Semiotica narațiunii. Modele ale</p> | <p>Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale</p> | <p>2 ore</p> |

| | | |
|--|--|-------|
| povestirii. | Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | |
| 5. Semiotica publicității. Semne si simboluri în publicitate | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |
| 6. Mit si naratiune in publicitate. Intertextualitatea in publicitate | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |
| 7. Semiotica imaginii. Imagine si limbaj. Fotografia între cod si mesaj. Exercitii si analize | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |
| 8. Semiotica Modei. Coduri vestimentare. Nuditate | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |
| 9. Moda. Dress code. Uniforma. Comunicarea artefactuala in societatea contemporana | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte | 2 ore |
| 10. Semiotica gestuală. Tipologia gesturilor. Corelația gest/limbaj. Kinezica si proxemica în interacțiunea cotidiană. Conceptul de teritorialitate. Teatralitate. | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |
| 11. Symbolism si identitate in societatea contemporana. Corpul de consum – evolutie si transformare | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |
| 12. Semiotica Culturii (Semiotica televiziunii. Semiotica spatiului si cladirilor. Semiotica obiectelor) | Conversatie euristica, prezentare lucrari individuale Prezentari power point,dialog, dosare tematice Analize texte Evaluare | 2 ore |

| | | |
|--|--------------------------------|-------|
| 13. Testarea cunoștințelor | Test scris seminar Evaluare | 2 ore |
| 14. Evaluarea seminarului. Pregătirea examenului | Recapitulare. Discuții libere | 2 ore |
| <p>Bibliografie orientativă (va fi completată la activitatea de seminar)</p> <p>Bibliografie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adam Jean-Michel, Bonhomme Marc, 2005, Argumentarea Publicitara, Retorica elogiului si a persuasiunii, Iasi, Institutul European 2. Beasley Ron, Danesi Marcel, Persuasive Signs, The Semiotics of Advertising, Berlin-New York, 2002, Mouton de Gruyter 3. Barthes Roland, Mitologii, Bucuresti, 2015, Vellant 4. Barthes Roland, The Fashion System, Los Angeles, 1990, University of California Press 5. Baudrillard Jean, 2008, Societatea de consum, Bucuresti. Ed. Comunicare.ro 6. Bognoux Daniel, 2000 <i>Introducere in stiintele comunicarii</i>, Iasi, Polirom 7. Boutaud Jean-Jacques, 2004/2005, Comunicare, semiotica si semne publicitare, Bucuresti, Ed. Tritonic 8. Chandler Daniel 2002 <i>Semiotics. The Basics</i>, London, Routledge 9. Chelcea Septimiu et al., 2005, Comunicarea nonverbala: gesturile si postura, Bucuresti, Comunicare.ro 10. Danesi Marcel, 2004 <i>Messages, Signs and Meanings</i>, Toronto, University of Toronto Press 11. Dragan Ioan, 2007 <i>Comunicarea</i>, paradigme si teorii. Vol I si Vol II, București, RAO 12. Dragomir Otilia, Miroiu Mihaela, 2002, Lexicon Feminist, Iași, Ed. Polirom 13. Eco Umberto, O teorie a semioticii, București, 2008, Editura Trei 14. Fiske John, 2003, <i>Introducere în Științele Comunicării</i>, Iași, Ed. Polirom 15. Fiske John, Hartley John, 2003, Reading Television, London & New York, Routledge 16. Fred Davis, Fashion, Culture and Identity, Chicago, 1992, University of Chicago Press 17. Grunberg Laura, Introducere in sociologia corpului, 2010, Iasi, Polirom 18. Goffman Erving, 2007, Viata cotidiana ca spectacol, Bucuresti, Ed. Comunicare.ro 19. Hollander Anne, Sex and Suits, The Evolution of | | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Modern Dress, New York, 1995, Kodansha International</p> <p>20. Levi-Strauss Claude, 1978, Antropologia structurala, Bucuresti, Ed. Politica</p> <p>21. Levi-Strauss Claude, 2011, Gîndirea sălbatică, Iași, Ed. Polirom</p> <p>22. Levi-Strauss Claude, 2014, Toți sîntem niște canibali, Iași, Ed. Polirom</p> <p>23. Lipovetsky Gilles, 2007, Fericirea paradoxala, Iasi, Polirom</p> <p>24. Lipovetsky Gilles, 2002, The Empire of Fashion, Chicago, Princeton Paper Backs</p> <p>25. Lotman Iuri, 1974, Studii de tipologie a culturii, Bucuresti, ed. Univers</p> <p>26. O`Sullivan Tim et al., Concepte Fundamentale din stiintele comunicarii si studiile culturale, 2001, Iasi, Polirom</p> <p>27. Olins Wally, 2010, Despre brand, Bucuresti, Ed. Comunicare.ro</p> <p>28. Olins Wally, 2009, Manual despre branding, Bucuresti, Vellant</p> <p>29. Nanu Adina, 2018, Vezi? Comunicarea prin imagine, București, Editura Didactică și Pedagogică</p> <p>30. Petcu Marian, Dictionar enciclopedic de comunicare si termeni asociati, Bucuresti, 2014, C.H. Beck</p> <p>31. Petcu Marian, Sociologia luxului, Bucuresti, 2015, Tritonic</p> <p>32. Podaru Dan, 2013, Semiotica modei. Mutatii de gen in moda contemporana, Bucuresti, Ed. Universitatii</p> <p>33. Podaru Dan, Marinescu Valentina, 2015, Moda, Gen si Identitate, Bucuresti, Tritonic</p> <p>34. Polhemus Ted, 2011, Fashion&Anti-fashion. Exploring adornment and dress from an anthropological perspective, Londra</p> <p>35. Popescu Costin, 2005, Publicitatea: O estetica a persuasiunii, Bucuresti, Ed Universitatii din Bucuresti</p> <p>36. Propp Vladimir, Morfologia Basmului – versiune electronic</p> <p>37. Propp Vladimir, 1973, Radacinile istorice ale basmului fantastic, Bucuresti, Univers</p> <p>38. Roventă-Frumușani Daniela, 2012 <i>Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze</i>, București, Tritonic</p> <p>39. Roventa-Frumusani Daniela, 1999-<i>Semiotica, societate, cultura</i>, Iasi Institutul European</p> <p>40. Rubinstein Ruth P., 2001, Dress Codes. Meaning and messages in American Culture, Boulder, Colorado, West View Press</p> <p>41. Sartori Giovanni, 2006, Homo Videns, Imbecilizarea prin televiziune și post-gîndirea, București, Ed. Humanitas</p> <p>42. Sebeok Thomas, Semnele: o introducere in</p> | | |
|---|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| semiotica, Bucuresti, 2002, Humanitas | | |
| 43. Veblen Thorstein , 2009, Teoria clasei de lux, Bucuresti, Ed. Publica | | |
| 44. Vlasceanu Lazar , 2007, Sociologie si modernitate, Iasi, Polirom | | |

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

Dezvoltarea abilitatilor de team working, de comunicare orala si scrisa plurisemiotica si multimedia (in prezentarea de pitch-uri, proiecte etc.), dezvoltarea abilitatilor creative si de intelegere a valorilor simbolice existente la nivelul societatii, atat pentru viitori angajati in domeniul publicitatii, cat si cei ce vor activa in domeniul relatiilor publice.

10. Evaluare

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|------------------------|---|--|---|
| 10.4 Curs | Grad de implicare la curs Pe parcurs si finala – Examen scris (de sinteza si/sau grila etc) | Dialog si dezbatere, examen scris, teme, realizarea de proiecte practice etc Implementarea modelelor in aplicatii Este interzisa fotografierea sau copierea intrebarilor testului sau a intrebarilor de examen. Atat pentru teste, cat si pentru examen, intrebarile existente pot fi deschise/sinteza, de tip grila (cu una sau mai multe variante de raspuns corect), de tipul Adevarat sau Fals, analiza de imagine etc. | 50% frecventa obligatorie la curs Examenul reprezinta 50% din nota finala Promovarea examenului se realizeaza doar daca nota este minim 5 |
| 10.5 Seminar/laborator | Pe parcurs si finala | Media finală de seminar este media dintre nota obținută de fiecare student pentru prezentarea individuală din timpul semestrului și nota obținută la testul de seminar. Studenții cu prezența activă în cadrul seminarului pot primi suplimentar, în funcție de răspunsuri, și alte note din partea profesorului seminarist, note ce vor fi | 75% prezenta obligatorie (10 intalniri din 14). In cazul in care studentul nu are minim 10 prezente la seminar, acesta nu are acces la testul de seminar si implicit are restanta. Media de la seminar reprezinta 50% din nota finala Promovare seminar cu minim 5 pentru a intra in examen |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>luate în calcul la media finală de seminar.</p> <p>Toate cele trei componente de seminar (prezență, prezentare și test) sunt obligatorii și trebuie promovate cu nota 5 (cinci).</p> <p>Seminarul reprezintă condiție de acces la examen.</p> <p>- Prezentare individuala sau de grup a temelor de seminar pe parcursul semestrului -Test final scris (de sinteza si/sau grila etc). Testul de seminar este comun (cu numere diferite) pentru toate grupele de seminar si se sustine in penultima sau ultima ora de seminar a fiecărei grupe.</p> <p>Este interzisa fotografierea sau copierea intrebarilor testului sau a intrebarilor de examen.</p> <p>Atat pentru teste, cat si pentru examen, intrebarile existente pot fi deschise/sinteza, de tip grila (cu una sau mai multe variante de raspuns corect), de tipul Adevarat sau Fals, analiza de imagine etc.</p> | |
|--|--|--|--|

10.6 Standard minim de performanță :

- 1. Studentii facultatii sunt datori sa se prezinte cu punctualitate la cursuri si seminarii**
- 2. Cadrele didactice au dreptul de a nu mai primi studentii in sala dupa inceperea cursului, seminarului, laboratorului si examenului.**
- 3. Pentru a se putea prezenta la examen studentii au obligatia de a frecventa 50% din cursuri si 75% din seminare.**
- 4. Prezentarea temelor poate fi realizată doar la data stabilită de comun acord, neprezentarea temei la data stabilită ducând la imposibilitatea participării la examen – exceptie fac doar situatiile prevazute in Regulament**
- 5. Fiecare student/ă trebuie sa participe la testul organizat în cadrul seminarului, neprezentarea la test**

la data stabilită ducând la imposibilitatea participării la examen. Bibliografia pentru test este anunțată în primele ore de seminar și transmisă sefilor de grupă, care o vor posta pe grupurile de lucru existente pe Facebook .

6. Pentru a promova, studenții trebuie să obțină minim nota 5(cinci) la fiecare componentă-5 la seminar și 5 la examen și să aibă numărul de prezențe minim necesar pentru a accede în test și examen.

7. Atât pentru teste, cât și pentru examen, întrebările existente pot fi deschise/sinteza, de tip grila (cu una sau mai multe variante de răspuns corect), de tipul Adevărat sau Fals, analiza de imagine etc.

8. Pentru examinările și reexaminările din anul universitar curent, în sesiunea de restanță se păstrează condițiile de bibliografie și examinare precizate de fișa disciplinei. Pentru reexaminările din anii următori, se aplică bibliografia și condițiile de examinare precizate în fișa disciplinei din anul în care se dă examenul.

9. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului/seminarului. Nu este permisă deranjarea cursului prin dialoguri interpersonale, ascultarea muzicii, trimiterea de mesaje text etc.

10. Conform Regulamentelor, este interzisă intrarea studenților în salile de examen cu aparatură electronică asupra lor (telefoane, ceasuri smart, tablete, laptopuri etc). Orice formă de tentativă de fraudă sau fraudă va fi sancționată conform Regulamentelor în vigoare. În cadrul testelor și examenelor, profesorii coordonatori vor cere ca studenții să își închidă aparatură electronică (telefon mobil, smartwatch, casti, tablete etc) și să o depună la catedră, sau într-un loc special amenajat. Existența asupra studentului a oricărui tip de aparatură electronică (excepție fac cazurile medicale) duce la eliminarea acestuia din cadrul testului/examenului.

11. Copierea parțială sau integrală a textelor fără marcarea surselor este considerată fraudă sau tentativă de fraudă și se sancționează conform Regulamentului în vigoare.

Data completării
1 Octombrie 2019

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

.....

Semnătura șefului departament

.....