

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE Jurnalism si Stiintele Comunicarii
1.3 Catedra	Departamentul de Antropologie culturala si Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Stiinte ale comunicarii
1.5 Ciclul de studii	Licenta
1.6 Programul de studii/Calificarea	Publicitate + CRP

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				"Tehnici de redactare în limba engleză" (Writing Techniques in English)			
2.2 Titularul activităților de curs				Conf. Univ. Dr. Ruxandra Boicu			
2.3 Titularul activităților de seminar				Conf. Univ. Dr. Ruxandra Boicu			
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Evaluare permanenta	2.7 Regimul disciplinei	obligatoriu

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	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					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					14
Examinări					10
Alte activități					6
3.7 Total ore studiu individual					60
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					88
3.10 Numărul de credite					4

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Absolvirea cursurilor « Introducere în publicitate"/Introducere in Relatii Publice Absolvirea cursului „Tehnici de redactare in limba engleza (I)”
4.2 de competențe	Cunoasterea limbii engleze la nivelul mediu-superior

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Echipmentul necesar proiectarii prelegerilor in PPT
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Echipmentul necesar proiectarii proiectelor/temelor in PPT

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Identificarea și utilizarea limbajului producției campaniei publicitare , a metodelor de gândire critică și a cunoștințelor de specialitate din domeniul Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu (www.rncis.ro)
Competențe transversale	Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Studentii vor fi capabili sa Interpreteze influența reciprocă între context și construcția discursivă la nivelul textelor analizate: interviu, feature article, texte de promovare, etc. in scopul producerii textelor de comunicare pentru medii și contexte diferite
7.2 Obiectivele specifice	La sfârșitul cursului, studenții anului I vor fi capabili să : <ul style="list-style-type: none"> Diferențieze textul de comunicare în ansamblul altor categorii de texte Diferențieze noțiunea de text față de cea de discurs Dobândească competența generică Încadreză textele de comunicare în diferite contexte/medii

8.Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Comunicare vs. discurs	Prelegere interactiva	
2. Textele de comunicare (Maingueneau, 2007)	Prelegere interactiva	
3. Caracteristici ale discursului/textului	Prelegere interactiva	
4. Tipuri de discurs	Prelegere interactiva	
5. Teorii ale contextului (Hymes, Halliday and Hasan, Teun van Dijk)	Prelegere interactiva	
6. Conceptele de Ethos, Logos, Pathos (Aristotel)	Prelegere interactiva	
7. Bourdieu despre Ethos	Prelegere interactiva	

Bibliografie selectivă

Amossy, Ruth, 2001, "Ethos at the Crossroads of Disciplines: Rhetoric, Pragmatics, Sociology". *Poetics Today*, Volume 22, Number 1. Published by Duke University Press, pp. 1-23.

Boicu, Ruxandra, 2011, « Ethosul prezidențial si stereotipiile de gen », Ipostaze discursive, vol II, coordonat de Daniela Frumușani, București: Editura Universității din București.

Bourdieu, Pierre, 1980, "Ce que parler veut dire". *Questions de sociologie*. Paris : Minuit, pp. 95-112.

Charaudeau, Patrick, 2007, *Analyse du discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un ?*, Collection « Annales Littéraires de l'Université de Franche-Comté », Presses Universitaires de Franche-Comté,

Cobley, Paul, 2001, *The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics*,

Cory, Hugh, 2000, *Advanced Writing*, Oxford: Oxford University Press,

De Saussure, Luis, 2004, "Pragmatic Issues in Discourse Analysis", *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines 1 (1)*: 179-195,

Halliday, M.A.K., R. Hasan, *Language, context and text : Aspects of language in a*

<p><i>social-semiotic perspective</i>, Oxford : OUP, Hymes, Dell, 1974, <i>Foundations of Sociolinguistics : An Ethographic Approach</i>, Philadelphia : University of Pennsylvania, Maingueneau, D., 2005, <i>Analyser les textes de communication</i>, Paris : Armand Colin, O'Dell, Felicity, 2003, <i>English Panorama</i>, vol.1, Cambridge: Cambridge University Van Dijk, Teun, A, 2004, <i>Text and context of parliamentary debates</i> în Paul Bayley (coord.) "Cross-cultural perspectives on parliamentary discourse", Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins, p. 339-372.</p>		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Recenzia unui eveniment sau a unui produs publicitar din pdv al organizarii evenimentului	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
2. Advertorialul pentru promovarea unui eveniment	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
3. Advertorialul pentru promovarea unui produs comercial	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
4. Advertorialul pentru promovarea unei campanii umanitare	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
5. Advertorialul pentru promovarea unui concert	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
6. Advertorialul in presa de calitate	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
7. Advertorialul in presa tabloida	Analiza si producerea textelor pentru RP si publicitate Prezentarea textelor	
Bibliografie Yule, G. The Study of Language. Cambridge University Press, 2006. Vince, Michael, 1995, Advanced Language Practice, Heinemann Ltd..		

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

Dezvoltarea abilitatilor de producere a textului publicitar, prin stimularea creativitatii lingvistice

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Asimilarea cunostintelor predate	Test tip grilă cu 9 itemi și un punct din oficiu (Total 10 puncte). Testul cuprinde trei variante de răspuns pentru fiecare item, dintre care 1, 2 sau trei variante pot fi corecte. Se ia in calcul și frecvența studenților la curs: minimum 60% din nr. prelegerilor.	50%

10.5 Seminar/laborator	Calitatea aplicațiilor practice	Se noteaza calitatea aplicațiilor practice, redactărilor în domeniul RP si publicitar și precum si calitatea comunicării orale, și competența lingvistică în limba engleză. De asemenea, activitatea de seminar este verificată printr-un test grilă la jumătatea semestrului, pe baza cunoștințelor dobândite la seminar de către toti studenții anului II (Sectiile Publicitate si CRP). Se ia în calcul și frecvența minimă la seminar de 60%.	50%
10.6 Standard minim de performanță			

Data completării
27.09. 2019

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura șefului departament

.....