

FIȘA DISCIPLINEI

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice + Publicitate

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		"Mesaje de RP și Publicitate în Culturi anglo-saxone"					
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	II	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 : « Strategii ale comunicării eficiente în limba engleză » « Tehnici de redactare în limba engleză » ”Introducere în teoria comunicării”
4.2 de competențe	Aplicarea cunostintelor deprinse la cursurile de specialitate și la cele în limba engleza din anii I si II Cunoașterea limbii engleze la nivelul mediu-superior

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Echipamentul necesar proiectării prelegerilor în PPT
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Echipamentul necesar proiectării proiectelor/temelor de la seminar în PPT

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. IDENTIFICAREA SI UTILIZAREA LIMBAJULUI, METODOLOGIILOR ȘI CUNOȘTINTELOR DE SPECIALITATE DIN DOMENIUL ȘTIINȚELOR COMUNICĂRII</p> <p>C3. DESCRIEREA TIPURILOR DIFERITE DE AUDIENȚĂ / PUBLIC IMPLICATE ÎN COMUNICARE (www.rncis.ro)</p> <p>C3. IDENTIFICAREA ȘI UTILIZAREA STRATEGIILOR, METODELOR ȘI TEHNICILOR DE COMUNICARE ÎN PROCESUL DE RELAȚII PUBLICE</p> <p>C4. REALIZAREA ȘI PROMOVAREA UNUI PRODUS DE RELAȚII PUBLICE (RNCIS calificări COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE) C4</p> <p>C4. Proiectarea și realizarea unor analize ale comunicării publicitare în condiții prestabilite</p> <p>C5. Realizarea unui produs publicitar și a unei campanii publicitare care presupun sarcini uzuale (RNCIS calificare PUBLICITATE)</p>
Competențe transversale	<p>Elaborarea unor analize și sinteze bazate pe bibliografia cursului ;</p> <p>Elaborarea unor comunicări redactate în limba engleză;</p> <p>Elaborarea unor produse specifice relațiilor publice și publicității</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	La sfârșitul cursului, studenții anului II vor fi capabili să înțeleagă mai profund și să promoveze valorile naționale, europene și ale culturilor anglo-saxone, prin intermediul produselor audio-video caracteristice domeniilor relațiilor publice și publicității
7.2 Obiectivele specifice	<p>La sfârșitul semestrului, studenții vor fi capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"> • compare avizat elemente ale culturilor anglo-saxone și române în domeniile RP și publicității • diferențieze modelul cultural britanic de cel american, în domeniile RP și publicitate • comparare critic elemente ale culturilor anglo-saxone cu cele românești în domeniul relațiilor publice și în cel al producției publicitare • interpreteze conceptul de interacțiune verbală în contextul RP și Publicității • analizeze politetea lingvistică în produsele de campanie în RP și publicitate • interpreteze și să producă acte de vorbire eficiente (Clasificarea lui John Searle) în domeniile RP și publicitate

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definiții introductive: Cultura vs. Civilizație în textele de comunicare din RP și publicitate	Prelegere interactivă cu suport în PPT	
2. Relativismul cultural în produsele de RP și publicitate	Prelegere interactivă cu suport în PPT	
3. Componente vizibile ale culturii naționale în campaniile de comunicare	Prelegere interactivă cu suport în PPT	
4. Componente invizibile ale culturii naționale în	Prelegere interactivă cu suport în PPT	

campaniile de comunicare: credinte, atitudini, valori		
5. Interactiunea verbal in campaniile de comunicare	Prelegere interactivă cu suport în PPT	
6. Acte de limbaj în produse de RP și publicitate	Prelegere interactivă cu suport în PPT	
7. Politetea lingvistica în produse de RP și publicitate	Prelegere interactivă cu suport în PPT	

Bibliografie selectiva:

Austin, John, L., 1962, *How to Do Things with Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Chouliaraki, Lillie, Fairclough, Norman, 2001, *Discourse in Late Modernity*, Edingborough, Edingborough University Press (la Biblioteca Consiliului Britanic).

Ferreol, Gilles, Jucquois, Guy, (coord), 2005, *Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale*, Iași, Polirom (Collegium) (la Biblioteca FJSC).

Gudykunst, William, B., Stella Ting-Toomey, Tsukasa Nishida, 1996, *Communication in personal relationships across cultures*, London, Sage Publications.

Gudykunst, William, B., 1997, "Cultural Variability in Communication. An Introduction", *Communication Research*, vol. 24 no. 4, pp. 327-348.

Hofstede, Geert, 1996, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gândirii*, București, Ed.Economică (la Biblioteca FJSC),

Searle, John, R., 1969, *Speech Acts*. Cambridge University Press, Cambridge.

Searle, John, R., 1979, *Expression and Meaning*. Cambridge University Press, Cambridge.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Grupuri și categorii de producatori/receptori ai produselor de RP și publicitate	Analiza critică și producerea textelor in domeniile RP și publicitatii Prezentarea analizei/ produsului urmată de dezbateri	
2. Ritualuri, simboluri, eroi, etc. in produsele analizate	Analiza critică și producerea textelor in domeniile RP și publicitatii Prezentarea analizei/produsului audio-video urmată de dezbateri	
3. Stereotipuri anglo-saxone vs. românești in produsele analizate ; stiluri de viata	Analiza critică și producerea textelor in domniile RP si publicitatii Prezentarea analizei/produsului audio-video urmată de dezbateri	
4. Stereotipuri britanice vs stereotipuri SUA în produsele audio-video analizate	Analiza critică și producerea textelor in domniile RP si publicitatii Prezentarea analizei/produsului urmată de dezbateri	
5. Interacțiunea verbală în clipurile publicitare analizate: actele de vorbire	Analiza critică și producerea textelor in domniile RP si publicitatii Prezentarea analizei/produsului audio-video urmată de dezbateri	
6. Actele de limbaj în produsele de RP și publicitate	Analiza critică și producerea textelor in domniile RP si publicitatii Prezentarea analizei/produsului audio-video urmată de dezbateri	
7. Politetea lingvistica în produsele de RP și publicitate	Analiza critică și producerea textelor in domniile RP si publicitatii Prezentarea analizei/produsului audio-video urmată de dezbateri	

Bibliografie

O'Dell, Felicity, 2003, *English Panorama*, vol.2, Cambridge, Cambridge University Press,

O'Driscoll, James, 1999, *Britain: The Country and its People*, Oxford, OUP, (copii Xerox la Biblioteca FJSC),

Russell, Shirley, 2001, *Grammar, Structure and Style*, Oxford: OUP, (La Biblioteca FJSC),

*****Guide to American and British Culture*, 2005, Oxford, OUP (La BibliotecaFJSC),

*****The International Journal of Cultural Studies* (Colecția de la Biblioteca FJSC),

**** *The Journal of Public Relations* (Colecția de la Biblioteca FJSC),

*****The Journal of Public Relations Research* (Colecția de la Biblioteca FJSC).

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

Dezvoltarea capacităților de includere reflexivă a elementelor culturii naționale în procesul producerii textelor specifice relațiilor publice și publicității

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Asimilarea teoriilor 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 3 variante pot fi corecte. Se ia în calcul și frecvența studenților la curs: minimum 60% din nr. prelegerilor.	50%
10.5 Seminar/laborator	Calitatea aplicațiilor practice	Se notează calitatea aplicațiilor practice, prezentarea componentelor culturilor anglo-saxone în analizele/produsele originale. Se ia în calcul corectitudinea exprimării în limba engleză, precum și frecvența minimă la seminar de 60%.	50%
10.6 Standard minim de performanță: capacitatea studenților de a aplica conceptele asimilate în prezentările de la seminar, coroborată cu cea de a interpreta reflexiv conținutul cursului cu realizarea mediei minime (nota 5). 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.			
:			

Data completării
27.09. 2019

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în department

Semnătura șefului departament

