

## FIȘA DISCIPLINEI 2019-2020

### 1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<b>UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI</b>
1.2 Facultate	<b>JURNALISM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII</b>
1.3 Departamentul	<b>Antropologie culturală și Comunicare</b>
1.4 Domeniul de studii	<b>Științe ale Comunicării</b>
1.5 Ciclul de studii	<b>Licență</b>
1.6 Programul de studii/Calificarea	<b>Publicitate</b>

### 2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Istoria publicității</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. dr. Marian Petcu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. dr. Marian Petcu						
2.4 Anul de studiu	<b>III</b>	2.5 Semestrul	<b>II</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>examen</b>	2.7 Regimul disciplinei	<b>O</b>

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	<b>23</b>	din care: 3.2 curs	<b>12</b>	3.3 seminar/laborator	<b>12</b>
3.4 Total ore din planul de învățământ	<b>42</b>	din care: 3.5 curs	<b>28</b>	3.6 seminar/laborator	<b>14</b>
Distribuția fondului de timp					<b>Ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					<b>5</b>
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					<b>10</b>
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					<b>10</b>
Tutoriat					<b>14</b>
Examinări					<b>4</b>
Alte activități					<b>4</b>
3.7 Total ore studiu individual					<b>47</b>
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					<b>89</b>
3.10 Numărul de credite					<b>2</b>

### 4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în teoria comunicării
4.2 de competențe	

### 5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sala, proiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala, proiector.

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Cunoaștere și înțelegere. Explicare și interpretare. Utilizarea cunoștințelor pentru elaborarea unui proiect științific, pentru analiza unui produs publicitar.
Competențe transversale	1. Capacitate de a analiza, a compara, a ierarhiza. 2. Spirit de observație; capacitate de a lucra în echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea tradițiilor comunicării comerciale, a publicității din spațiul de limbă română îndeosebi. Dobândirea de cunoștințe de istorie economică, de istorie socială.
7.2 Obiectivele specifice	A identifica, a înțelege și a analiza produse publicitare realizate în trecut. A identifica strategiile de diferențiere utilizate de creatori, patternurile recurente. A valorifica tradiția publicitară.

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Apariția publicității în spațiul românesc. Elemente de istorie socială și economică.	Prelegere.	
2. Apariția presei în spațiul românesc.	Prelegere.	
3. Apariția ilustrației de presă, a afișului și a fotografiei. Publicitatea radiofonică și cea televizuală.	Prelegere.	
4. Agențiile de publicitate din România.	Prelegere.	
5. Particularități ale publicității în provinciile istorice ale României.	Prelegere.	
6. Luxul /moda și discursul antilux în cultura română. Publicitatea interbelică. Interferențe.	Prelegere.	
7. Publicitatea în perioada comunistă. Decomunizarea vieții economice și a publicității.	Prelegere	

### Bibliografie

Marian Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, Editura Tritonic, București, 2002.  
Marian Petcu, *Istoria jurnalismului și a publicității în România*, Editura Polirom, Iași, 2007.  
Marian Petcu, coord. *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați*, Editura C.H.Beck, București, 2014.  
Marian Petcu, coord. *Sociologia luxului*, Editura Tritonic, București, 2015.  
Marian Petcu, coord., *Contribuții la istoria economică a presei din România*, Editura Tritonic, București, 2016.  
Marian Petcu, coord., *Studii și cercetări de istorie a publicității*, Editura Tritonic, București, 2015.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. De la publicitatea « glăsuată », la anunț. Situația economică a spațiului românesc în sec. al XIX-lea.	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	
2. Primele publicații în spațiul românesc. Evoluția tiparului.	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	
3. Evoluția presei. De la « volante », la publicitatea modernă.	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	
4. Apariția și evoluția agențiilor de publicitate (1878-1900).	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	

5. Publicitatea interbelică.	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	
6. Publicitatea, în perioada comunistă.	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	
7. Evoluția economiei și a publicității după 1989.	Explicație, studiu de caz, susținere de referate.	
Bibliografie		
-		

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

--

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen scris		50%
10.5 Seminar/laborator	Evaluare la jumătatea cursului.	Test	20%
	Referat/ lucrare de seminar/participarea la dezbateri. Se acorda un punct din oficiu.		20%
10.6 Standard minim de performanță : să probeze cunoașterea problematicii predate și seminarizate (50%). Studentii au obligația de a participa la curs și la seminar.			

Data completării  
15 februarie 2020.

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în  
Departament

Semnătura șefului Departamentului

.....

.....