

FIȘA DISCIPLINEI

(masterat)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Departamentul de Limbi și Literaturi Străine
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii	Comunicare, media și industriile creative

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ARTELE SPECTACOLULUI ÎN ERA DIGITALĂ				
Titularul activităților de curs	Lector univ.dr. Ioana MITITELU				
Titularul activităților aplicative					
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	C
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore, pe săptămână	1	Curs	1	Seminar	-	Laborator/lucrări practice	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore (pe semestru) din planul de învățământ	14	Curs	14	Seminar	-	Laborator/lucrări practice	-	Proiect	-

II. Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
II.b) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	1
IV. Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	60
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• Spațiu de învățământ dotat corespunzător (tablă, tablă interactivă, videoproiector)
------------------------	---

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale generale	CPG2. Identificarea și exploatarea transdisciplinară a conexiunilor dintre științele comunicării și alte domenii.
Competențe profesionale specifice	CPS3. Identificarea, interpretarea și exploatarea diverselor coduri semiotice și ale implicitei lor cultural. CPS4. Conceperea și implementarea strategiilor de comunicare necesare în marketingul produselor din industriile creative (carte, film, joc, spectacol, alte creații artistice și evenimente culturale).

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Familiarizarea cu noțiuni de estetică și de teoria artei spectacolului și dezvoltarea capacității de a identifica, interpreta și exploata diverselor coduri semiotice din artele spectacolului și de a utiliza tehnologiile de informare și comunicare pentru crearea, proiectarea de noi aplicații, produse sau evenimente în acest domeniu. (CPG2, CPS3 și CPS4).
-----------------------------------	---

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Spectacolul în paradigma clasică: Introducere în teoria și estetica artei spectacolului	2	<ul style="list-style-type: none"> conversație pe tema strategiilor de învățare; prezentarea cursului și a criteriilor de evaluare; prezentarea și analizarea lucrărilor din bibliografie; definire, explicație. brainstorming lectură, analiză și interpretare de documente prelegere interactivă; lucru individual 	
1.1 Piețe, antreprenori și artele spectacolului			
2. Deconstrucția experienței publicului în era digitală	2		
3. Teatrul: regie, actorie, scenografie	2		
4. Vocea personajelor în arta dramaturgiei	2		
5. Cinematografia: interacțiunea dintre actori și public	2		
6. Imersiunea în artele spectacolului: Evoluția performanței în contextul digital	2		
7. Disoluția marketingului artistic: de la consum la participare	2		

Bibliografie

- Barba, Eugenio, *Teatru : singurătate, meșteșug, revoltă*, trad. Doina Condrea Derer, Editura Nemira, 2010.
- Berlogea, Ileana, *Teatrul românesc în secolul XX*, Editura Fundației Culturale Române, 2000.
- Carlin, David, Laurence Vaughn, *Performing Digital, Multiple Perspectives on a Living Archive*, Routledge, New York, 2016.
- Cvetkovski, Trajce, *The Pop Music Idol and the Spirit of Charisma. Reality Television Talent Shows in the Digital Economy of Hope*, Palgrave Macmillan, New York, 2015.
- Debord, Guy, *Comentarii asupra societății spectacolului*, Editura RAO, 2011.
- DeFillippi, Robert et al (Eds.), *International Perspectives on Business Innovation and Disruption in the Creative Industries. Film, Video and Photography*, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham UK, 2014.
- Haas, Jacqui Greene, *Anatomia dansului*, Editura Lifestyle, 2020.
- Hesmondhalgh, David, Sarah Baker, *Creative Labour. Media work in three cultural industries*, Routledge, New York & London, 2011.
- Hill, Liz, Catherine O'Sullivan and Terry O'Sullivan, *Creative Arts Marketing*, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA, 2003.
- Idema, Johan, *A Spectator is an Artist Too. How we Look at Art, How we Behave Around Art*, BIS Publishers, 2020.
- Kadubec, Philip, *Crafts And Craft Shows: How To Make Money*, Allworth Press, New York, 2007.
- Khaire, Mukti, *Culture and Commerce. The Value of Entrepreneurship in Creative Industries*, Stanford University Press, Stanford, California, 2017.
- McKinlay, Alan, Chris Smith, *Creative Labour. Working in the Creative Industries*, Palgrave Macmillan, New York, 2009.
- Moeran, Brian, Jesper Strandgaard Pedersen, *Negotiating Values in the Creative Industries. Fairs, Festivals and Competitive Events*, Cambridge University Press, Cambridge UK and New York, 2011.
- Pellegrin-Boucher, Estelle and Pierre Roy, *Innovation in the Cultural and Creative Industries*, Wiley, London UK, 2019.
- Walmsley, Ben, *Audience Engagement in the Performing Arts. A Critical Analysis*, Palgrave MacMillan, 2019.
- Yaman, Dan, Missy Covington, *I'll Take Learning for 500. Using Game Shows to Engage, Motivate, and Train*, Pfeiffer, John Wiley & Sons Inc., New York, 2006.

Bibliografie minimală

- Banu, George, *Scena moderna. Mitologii si miniaturi*, Editura Yorick, 2014.
- Bălășescu, Mădălina, *Manual de producție de televiziune*, Polirom, 2003.

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

<p>Problematica studiată este în concordanță cu activitățile de predare-cercetare desfășurate la nivel național și internațional în acest domeniu de studiu. În plus, abilitatea de a analiza, concepe și descrie evenimente și produse aflate în arealul artelor spectacolului este esențială în domeniul industriilor creative.</p>

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------

Curs	<ul style="list-style-type: none">• utilizarea adecvată a termenilor conceptuali;• parcurgerea bibliografiei indicate;• înțelegerea și problematizarea conceptelor vehiculate.	Evaluare pe parcurs - cuantificarea participării active la curs	50%
		Evaluare sumativă Examinare orală (colocviu)	50%
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Însușirea principalelor idei, noțiuni, teorii ale artei spectacolului, precum și a informațiilor privind noile tendințe din arta și industria spectacolelor în era digitală.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
24.09.2024		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25.09.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2024	

Data aprobării în Consiliul facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	