

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Limba și literatura română și științele comunicării
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii/calificarea	Comunicare, media și industriile creative

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	SCRIEREA CREATIVĂ CA STRATEGIE DE MARKETING				
Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Sterian-Arthur Suciu				
Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Sterian-Arthur Suciu				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF – facultativă				DI

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

I.a) Număr de ore pe săptămână	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator /lucrări practice	-	Proiect	-
I.b) Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator /lucrări practice	-	Proiect	-

II. Distribuția fondului de timp	Ore
II.a) Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	35
II.c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	30
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități	

Total ore studiu individual – II (a+b+c+d)	95
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	125
Numărul de credite	5

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

Curriculum	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

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

Desfășurare a cursului	• sală de curs cu videoproiector
Desfășurare aplicații	Seminar • sală de seminar cu tablă, videoproiector și flipchart

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale generale	CG4. redactează lucrări științifice, academice și documentație tehnică CG5. desfășoară activități de cercetare la nivel interdisciplinar CG10. monitorizează progresele realizate în domeniul de specialitate
Competențe profesionale	CS2. acceptă critici și orientări

specific	
----------	--

**7. Obiectivele disciplinei** (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei		<ul style="list-style-type: none"> <li>Trecerea în revistă a principalelor teorii, modele și practici, cu accent pe evidențierea importanței funcțiilor comunicaționale interpersonale, organizaționale și de grup, în strânsă legătură cu practica comunicării și informării mediatice, a relațiilor publice, publicitare, artistice, didactice, științifice etc. (CPG2, CPS1)</li> </ul>
Obiectivele specifice	Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familiarizarea cu noțiuni și concepte teoretice, formarea abilităților practice de comunicare în domenii conexe ale industriilor culturale și creative: relații publice, mass-media, publicitate, arte, new-media, jocuri video, editare de carte; (CPS4)</li> </ul>
	Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprofundarea cunoștințelor în definirea conceptelor de bază, testarea competențelor în comunicare și analiza mesajelor comunicaționale diverse și utilizarea adecvată a termenilor de specialitate. (CPS6)</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Curs introductiv	2	Prelegeri pe baza	
1.1. Povestea și discursul	2	suportului	
1.2. Adevăr și verosimilitate.	2	de curs și a	
1.3. Textul al cărui sens se află în afara sa	2	bibliografiei	
1.4. Cine scrie? Copywriter (ghostwriter). Cei mai importanți copywriteri (din Antichitate până azi). Scriitori care au fost și copywriteri	2	aferente;	
1.5. Scrierea creativă pentru noile media	2	Expuneri libere și	
1.6. A scrie pentru altul. Scrierea heteronomă. Publicul-țintă.		analize pe	
1.7. Cercetarea. Ascultarea. Studiul de marketing		material	
2. Discursul		tipărit și	
2.1. Elemente de oratorie clasică		audio-vizual	
2.2. Strategia			
2.3. Autorul discursului/poziția celui care vorbește			
2.4. Încadrarea			
2.5. Locul și timpul discursului			
2.6. Prietenul și dușmanul			
3. Cum se scrie un discurs?			
4. Povestea			
4.1. Structura și graficul unei povești (Kurt Vonnegut, Christopher Booker)			
4.2. Povestea în comunicarea politică			
4.3. Povestea în publicitate			
5. Cum se scrie o poveste?			
6. Fictiune, simulacru, dezinformare			

## Bibliografie

Andocide, Lisias, Isocrate/ Demostene, Eschine, Licurg (1969), Pagini alese din oratori greci, vol. I și II, Editura pentru Literatură, București.

Aristotel (2004), Retorica, Editura IRI, București.

Beciu, Camelia (2002), Comunicare politică, Editura comunicare.ro, București.

Berman, Margo (2012), The Copywriter's Toolkit. The Complete Guide to Strategic Advertising Copy, Blackwell Publishing.

Bly, Robert W. (1990), The Copywriter's Handbook. A step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells. Owl Books, Henry Holt and Company, LLC, New York.

Carnegie, Dale (2022), Arta de a vorbi convingător, Editura Litera, București.

Cicero (2020), Arta oratoriei, Editura Saeculum I.O., București.

Eco, Umberto (2011), Confesiunile unui tânăr romancier, Polirom, Iași.

Foucault, M. (2009), „Trebuie să apărăm societatea”, Editura Idea Design & Print, Cluj.

Foucault, M. (2013), Guvernarea de sine și guvernarea celorlalți, Editura Idea Design & Print, Cluj.

Fisher, W. R. (1987), Human Communication as Narration: Towarss a Philosophy of Reason, Value, and Action, Unkiversity of South Carolina Press, Columbia, Carolina de Sud.

Hopkins, Claude C. (2014), Viata mea în publicitate, Editura VIDIA, Bucuresti.

Gottschall, Jonathan (2019). *Animalul povestitor. Cum ne fac poveștile oameni*, Editura Vellant, București.

Green, Andy (2009), *Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale*, Editura Polirom, Iași.

Llosa, Mario Vargas (2010), *Scrisori către un tânăr romancier*, Editura Humanitas, București.

Momoc, Antonio (2023), *Comunicare politică și internet. Populism și criza democrației liberale*, Tritonic.

Moraru, Mădălina (2015), *Poveștile publicitare, de la inspirație la strategie*, Editura Tritonic, București.

Mureșan, Larisa (2022), *Influencer Marketing. Perspectiva utilizatorilor și a experților*, Editura Tritonic, București.

Nossel, Murray (2018), *Powered by Storytelling*, Editura Publica, București.

Pernot, Laurent (2005), *Rhetoric in Antiquity*, The Catholic University of America Press, Washington D.C.

Rodari, Gianni (2009), *Gramatica fanteziei. Introducere în arta de a născoci povești*, Editura Humanitas, București.

Sălcudean, Minodora (2015), *New media. Social media și jurnalismul actual*, Editura Tritonic, București.

Seargeant, Philip (2020). *Arta narațiunii politice. De ce câștigă poveștile voturi în epoca postadevărului*, Editura Curtea Veche, București.

Teodorescu, Bogdan, Drăgan, Nicolae-Sorin (2020), *În căutarea Glonțului de Argint. Marketingul electoral în România*, Tritonic, București.

Wilson, Edward O. (2017), *Originile creativității umane*, Humanitas, București.

#### Bibliografie minimală

Aplicații (seminar):	Nr. ore	Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice comunicării;	
1. Discursul centralului/ discursul perifericului	2		
2. Povești politice:	2		
2.1. povestea lui Ronald Reagan	2		
2.2. povestea lui Donald Trump	2		
3. Poveștile publicitare. Exemple	2		
4. Două discursuri ale binelui: predica de pe munte a lui Isus și discursul lui Chaplin din <i>Dictatorul</i>	2		
5. Discursuri vindicative	2		
6. Povești despre copywriteri (Beigbender și Pelevin)	2		
		Dezbateri interactive pe corpus de teorii, modele și scheme ale comunicării	Obs

#### Bibliografie

Andocide, Lisias, Isocrate/ Demostene, Eschine, Licurg (1969), *Pagini alese din oratori greci*, vol. I și II, Editura pentru Literatură, București.

Aristotel (2004), *Retorica*, Editura IRI, București.

Beciu, Camelia (2002), *Comunicare politică*, Editura comunicare.ro, București.

Beigbender, Frederic, 2011, 13,99, Editura TREI, București.

Berman, Margo (2012), *The Copywriter's Toolkit. The Complete Guide to Strategic Advertising Copy*, Blackwell Publishing.

Bly, Robert W. (1990), *The Copywriter's Handbook. A step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells*. Owl Books, Henry Holt and Company, LLC, New York.

Carnegie, Dale (2022), *Arta de a vorbi convingător*, Editura Litera, București.

Cicero (2020), *Arta oratoriei*, Editura Saeculum I.O., București.

Eco, Umberto (2011), *Confesiunile unui tânăr romancier*, Polirom, Iași.

Foucault, M. (2009), „Trebuie să apărăm societatea”, Editura Idea Design & Print, Cluj.

Foucault, M. (2013), *Guvernarea de sine și guvernarea celorlalți*, Editura Idea Design & Print, Cluj.

Fisher, W. R. (1987), *Human Communication as Narration: Towards a Philosophy of Reason, Value, and Action*, University of South Carolina Press, Columbia, Carolina de Sud.

Hopkins, Claude C. (2014), *Viața mea în publicitate*, Editura VIDIA, București.

Gottschall, Jonathan (2019). *Animalul povestitor. Cum ne fac poveștile oameni*, Editura Vellant, București.

Green, Andy (2009), *Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale*, Editura Polirom, Iași.

Llosa, Mario Vargas (2010), *Scrisori către un tânăr romancier*, Editura Humanitas, București.

Momoc, Antonio (2023), *Comunicare politică și internet. Populism și criza democrației liberale*, Tritonic.

Moraru, Mădălina (2015), *Poveștile publicitare, de la inspirație la strategie*, Editura Tritonic, București.

Mureșan, Larisa (2022), *Influencer Marketing. Perspectiva utilizatorilor și a experților*, Editura Tritonic, București.

Nossel, Murray (2018), *Powered by Storytelling*, Editura Publica, București.

Pelevin, Viktor, 2011, *Generația P*, Curtea Veche, București.

Pernot, Laurent (2005), *Rhetoric in Antiquity*, The Catholic University of America Press, Washington D.C.

Rodari, Gianni (2009), *Gramatica fanteziei. Introducere în arta de a născoci povești*, Editura Humanitas, București.

Sălcudean, Minodora (2015), *New media. Social media și jurnalismul actual*, Editura Tritonic, București.

Seargeant, Philip (2020). *Arta narațiunii politice. De ce câștigă poveștile voturi în epoca postadevărului*, Editura

Curtea Veche, București.  
 Teodorescu, Bogdan, Drăgan, Nicolae-Sorin (2020), In căutarea Glonțului de Argint. Marketingul electoral în România, Tritonic, București.  
 Wilson, Edward O. (2017), Originile creativității umane, Humanitas, București.

#### **Bibliografie minimală**

Andocide, Lisias, Isocrate/ Demostene, Eschine, Licurg (1969), Pagini alese din oratori greci, vol. I și II, Editura pentru Literatură, București.  
 Beigbeder, Frederic, 2011, 13,99, Editura TREI, București.  
 Pelevin, Viktor, 2011, Generația P, Curtea Veche, București.

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

Conținutul disciplinei sintetizează și sistematizează circuitele profesionale și instituționale ale informației și asigură fundamentul înțelegerii conceptelor de bază aparținând teoriei informației integrate în teoria comunicării. Tematica aplicațiilor vizează evidențierea performanțelor de ordin comunicativ și climatul de comunicare care se instalează atât în interiorul organizațiilor, cât și la nivelul social al interacțiunii dintre acestea.

### **10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea și formularea clară a principalelor concepte, aplicarea lor la discursuri noi; (CPG1)</li> <li>Utilizarea transdisciplinară a conceptelor și teoriilor; (CPG2)</li> <li>Înțelegerea critică a fenomenului industriei culturale; (CPG4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>observarea participării interactive a studenților și notarea pe parcurs;</li> <li>examen scris, urmat de verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor din lucrarea scrisă;</li> </ul>	50 %
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>folosirea noțiunilor și conceptelor de bază în argumentarea punctelor de vedere; (CPS1)</li> <li>capacitatea de a face conexiuni ideatice cu caracter intradisciplinar și interdisciplinar; (CPS1);</li> <li>capacitatea de a utiliza cunoștințele dobândite în elaborarea strategiilor și produselor de comunicare; (CPS4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>hermeneutica discursului, test de lectură, proiect individual.</li> </ul>	50 %

Standard minim de performanță:

- 10.1. Standard minim de performanță evaluare curs: însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu;  
 10.2. Standard minim de performanță evaluare activități aplicative: abilități, cunoștințe certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare și interpretare; parcurgerea bibliografiei;

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 academic	Semnătura decanului
27.09.2024	