

FIȘA DISCIPLINEI
(licență)

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	Inv cu frecvență
Programul de studii/calificarea	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Corporate video				
Titularul activităților de curs	Lect. Univ. Dr. Ing. Ștefan Sfichi				
Titularul activităților aplicative	Lect. Univ. Dr. Ing. Ștefan Sfichi				
Anul de studiu	III	Semestrul	5	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC – complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională, DF - facultativă				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Laborator	1
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	Curs	28	Laborator	14

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	31
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	21
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	31
II d) Tutoriat	
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	83
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	127
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• Sala de curs cu proiector și conexiune la Internet
Desfășurare aplicații	Laborator • Laborator cu stații de lucru cu acces la Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare prin intermediul mediilor digitale CP 4 Realizarea și promovarea unui produs de media digitală
Competențe transversale	

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea de cunoștințe legate de producția de corporate video
	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea de cunoștințe în domeniul corporate video • Înțelegerea importanței corporate video • Utilizarea elementelor audio, video actuale pentru realizarea corporate video

8. **Conținuturi**

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Filme de prezentare. Istorie – de la spoturi audio la spoturi video	4	Prelegerea, demonstrația	
• Impactul vizual asupra audienței	2	Prelegerea, demonstrația	
• Marketează-te ca un producător, branding	4	Prelegerea, demonstrația	
• Propunerea de proiecte video	2	Prelegerea, demonstrația	
• Bugetul pentru un video corporate	2	Prelegerea, demonstrația	
• Rolul producătorului într-un video comercial	2	Prelegerea, demonstrația	
• Regia unui corporate video	2	Prelegerea, demonstrația	
• Scenaristica filmelor corporate	2	Prelegerea, demonstrația	
• Formatul interviu	2	Prelegerea, demonstrația	
• Considerente estetice	2	Prelegerea, demonstrația	
• Video-uri de tip training. Marketing și social media.	4	Prelegerea, demonstrația	
total	28		
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, 2nd Edition, Focal Press 2016, ISBN: 9781317425472 • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, Beyond the Board Room (And OUT of the Bored Room), 2011, ISBN: 978-0-240-81341-7 • https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_video • https://veed.me/blog/make-corporate-video-doesnt-suck/ 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, 2nd Edition, Focal Press 2016, ISBN: 9781317425472 • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, Beyond the Board Room (And OUT of the Bored Room), 2011, ISBN: 978-0-240-81341-7 			

Aplicații (laborator)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Instrucțaj protecția muncii. Realizarea unor propuneri de impactare a audienței – scenarii pentru corporate video	2	Lucrul individual. în perechi sau/ si pe grupe, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	
• Branding de producător. Realizare practică. Alegerea storyboard-ului și pregătirea video corporate	2	Lucrul individual. în perechi sau/ si pe grupe, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	
• Buget și negociere proiect video corporate	2	Lucrul individual. în perechi sau/ si pe grupe, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	
• Producerea video-ului comercial corporate. Regizare de video corporate. Interviul video corporate – realizare, pregătire, filmare.	2	Lucrul individual. în perechi sau/ si pe grupe, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	

• Realizare de grafică pentru video corporate	2	Lucrul individual. in perechi sau/ si pe grupe, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	
• Comentarea video-urilor corporate realizate și propuneri de îmbunătățire	2	Lucrul individual. in perechi sau/ si pe grupe, vizionarea, observatia, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	
• Realizare de training videos. Marketing și social media – video corporate.	2	Lucrul individual. in perechi sau/ si pe grupe, discutia, prezentarea, comentariul, analiza	
Total	14		
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, 2nd Edition, Focal Press 2016, ISBN: 9781317425472 • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, Beyond the Board Room (And OUT of the Bored Room), 2011, ISBN: 978-0-240-81341-7 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, 2nd Edition, Focal Press 2016, ISBN: 9781317425472 • Stuart Sweetow, Corporate Video Production, Beyond the Board Room (And OUT of the Bored Room), 2011, ISBN: 978-0-240-81341-7 			

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

<ul style="list-style-type: none"> • Video-urile corporate sunt extraordinar de necesare în zilele în care modalitatea cea mai simplă de a decide un nou client, colaborator sau asociat stă în prezentarea imaginii acestuia. Filmele de prezentare corporate înglobează toate aceste informații atât de necesare sub un singur acoperiș. Imaginile în mișcare sunt de cele mai multe ori convingătoare și aduc venituri fantastice pentru fiecare parte implicată. Filmele de tip corporate ajung la bugete uriașe, lucru mult râvnit de multe dintre părțile implicate în această industrie.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Standard minimal pentru nota 5: cunoașterea elementelor minimale privitoare la rolul și utilitatea filmelor de tip corporate. Cunoașterea aparaturii minimale pentru zona filmelor de prezentare.	Probă scrisă (Test grila)	60%
Laborator	Standard minimal pentru nota 5: rezolvarea în proporție de minim 50% a temelor de laborator.	Evaluare pe parcurs (Chestionar, productii video prezentate si analizate)	40%

Standard minim de performanță (curs si seminar)

Cunoașterea principiilor de bază pentru producția și editarea prezentărilor video corporate
 Folosirea tehnologiilor existente de filmare și editare pentru acestea
 Dobândirea unui grad de interactivitate și cunoștințe pentru realizarea de corporate video

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
24.09.2024		

Data avizării	Coodonatorul programului
25.09.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.20274	

Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
27.09.204	

