

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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	STRATEGII DE COMUNICARE ÎN INDUSTRIILE CREATIVE DIN SPAȚIILE ANGLOFONE				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	C
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specializare, DC – complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DOB – obligatorie, DOP – opțională, DFA - facultativă				DOP

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	2	Curs	2	Seminar		Laborator/ Lucrări practice		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	Curs	28	Seminar		Laborator/ Lucrări practice		Proiect	

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	45
II.b) Tutoriat (pentru ID)	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	47
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	75
Numărul de credite	3

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	CG 2 – analizează date CG 9 - utilizează dicționare CG 10 - monitorizează progresele realizate în domeniul de specialitate
Competențe transversale	-

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
Studentul/Absolventul examinează, analizează, explică și interpretează curente de opinie publică pe baza cercetărilor de teren. Studentul/Absolventul adaptează terminologia și strategiile de comunicare cu grupurile țintă, conform profilului categoriilor socio-profesionale vizate.	Studentul/Absolventul identifică particularitățile comunicării în context social, elaborează și implementează strategii de comunicare pentru grupuri, organizații și comunități. Studentul/Absolventul elaborează, analizează și evaluează strategii și procese de comunicare socială în grupuri, comunități și organizații, inclusiv pentru evaluarea și formarea resurselor umane.	Studentul/Absolventul evaluează modalități de elaborare și implementare a diagnozei, programelor și politicilor sociale. Studentul/Absolventul construiește și evaluează indicatori sociali relevanți pentru cercetările sociale și culturale.

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

Obiectivul general al disciplinei	Cursul are ca scop însușirea de către studenți a noțiunilor care privesc strategiile de comunicare și tehnicile discursive aplicate în domeniul industriilor creative, aflat în plină dezvoltare în spațiul anglofon, exemplificate, cu precădere, prin cele din spațiul britanic (CG2 și CG9), precum și exersarea abilităților de comunicare în limba engleză în domenii culturale și în situații de comunicare diverse (CG10).
-----------------------------------	---

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. a. Prezentarea obiectivelor cursului, tematicii disciplinei, bibliografiei, modului de evaluare pe parcurs și a celui de evaluare finală b. Industriile creative din spațiul anglofon. Industree creative/industree culturale. Clasificările lui Howkins și Hesmondhalg. Activități creative de "de amonte" și "de aval" (<i>upstream</i> și <i>downstream</i>)	2	expunerea sistematică conversația demonstrația problematizarea	
2. Strategii de comunicare eficientă în industriile creative. Tipuri de strategii. Obiectul comunicării în industriile creative	2		
3.Publicul-țintă în comunicarea din spațiul anglofon. Instrumente de comunicare. Canale de comunicare	2		
4.Prioritățile strategiei de comunicare. Evaluarea strategiei de comunicare	2		
5.Situația de comunicare. Contextul	2		
6.Tipologii ale interacțiunii comunicative. Tipuri discursive. Discurs oral vs discurs scris	2		
7.Acte de vorbire și analiza tranzacțională. Implicatura convențională și implicatura conversațională	2		
8.Cooperare și conflict în comunicare. Principalele strategii ale politetii.	2		
9.Strategii de comunicare pentru diverse grupuri țintă. Studii de caz: industria jucăriilor; cărțile pentru copii și tineret în spațiul anglofon.	2		
10.Monumente și turism cultural	2		
11.Design și modă	2		
12.Film. Muzică. Artele spectacolului	2		
13.Editarea și publicarea	2		
14.Televiziunea și radioul. Publicitatea	2		
Bibliografie minimală recomandată			
Delfanti, A, Arvidsson, A, 2019, <i>Introduction to Digital Media</i> , Wiley_Blackwell			
Hasmondhalg, D, 2002, <i>The Cultural Industries</i> , Sage Publications			
Howkins, J., 2001, <i>The Creative economy. How people make Money from Ideas</i> , Penguin			

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Participarea activă la curs (reflectată și în întocmirea unui portofoliu) Înțelegerea și utilizarea corectă a conceptului de industrie creativă Identificarea corectă a elementelor strategiei de comunicare: obiectiv, public țintă, canal /instrumente de comunicare, etc. Identificarea tipurilor de acte de vorbire și a strategiilor de politețe	Evaluare portofoliu Evaluare sumativă (examen oral)	50% 50%
Seminar	-	-	-
Laborator/ Lucrări practice	-	-	-
Proiect	-	-	-

Fișa disciplinei include, dacă este cazul, elemente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
23 Septembrie 2025	Conf. univ. dr. Daniela Martole	-

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
23 septembrie 2025	Conf. univ. dr.Călin Bîrleanu

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
23 septembrie 2025	Conf. univ. dr. Olga Gancevici

Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
23 septembrie 2025	Prof. univ. dr.Daniela Viorica Petroșel

