

FIȘA DISCIPLINEI
***** DENUMIREA DISCIPLINEI Semiotică**
Semiotics
2022 – 2023

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Științele Comunicării
1.3. Departamentul	Comunicare și Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Comunicare și Relații publice
1.5. Ciclul de studii (Licență/Masterat)	Licență
1.6. Programul de studii	Comunicare și Relații publice
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Semiotică			
2.2. Titularul activității de curs		Prof. dr. Odette Arhip		arodette@ueb.education	
2.3. Titularul activității de lucrări practice		Prof. dr. Odette Arhip		arodette@ueb.education	
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Codul disciplinei	SSP SC 202632
2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul/categoria disciplinei ¹	DD	2.9. Tipul disciplinei ²	DO

3. Timpul total estimat (ore pe semestru distribuite pe activități didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână ³	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ ⁴	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
3.7. Total ore față în față / sem.	21	din care: 3.8. curs	14	3.9. seminar	7
3.10. Total ore online sincron / sem.	21	din care: 3.11. curs	14	3.12. seminar	7
Distribuția fondului de timp de studiu individual					58ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					
3.13. Total ore studiu individual					58
3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)					100
3.15. Numărul de credite ECTS					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Introducere în teoria comunicării; Introducere în publicitate; Creativitate în PR și în publicitate; Psihologie socială
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

¹ Funcție de standardele specifice: DO-disciplină obligatorie, DA/DOP-disciplină la alegere/opțională, DF-disciplină facultativă

² Funcție de standardele specifice și ciclul de studii: pentru licență DF-disciplină fundamentală, DD-disciplină de domeniu, DS-disciplină de specialitate, DC-disciplină complementară, respectiv pentru masterat: DA-disciplină de aprofundare, DS - disciplină de sinteză

³ Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

⁴ Idem 3

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer Activitate online, sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
5.2. de desfășurare a lucrărilor practice	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer + eșantioane didactice din colecția proprie Activitate online sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Operarea cu aparatul conceptual fundamental specific domeniului semiotic• Capacitatea de a proiecta și de a derula strategii de comunicare în domeniul relațiilor publice• Culegerea de date și de informații din diverse surse informative• Analiza și interpretarea datelor din punct de vedere calitativ și cantitativ• Dezvoltarea și implementarea ideilor creative• Cunoștințe: definirea și analiza conceptelor de bază din domeniul semioticii Abilități: Capacitatea de a controla și optimiza performanța situațiilor de comunicare publică
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale în condiții de autonomie restrânsă• Capacitatea inserției acestor competențe teoretice semiotice în sistemul societal în ansamblul său

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	- asimilarea unui sistem adecvat de concepte din domeniul semioticii - redefinirea din perspectivă semiotică a principiilor comunicării și relațiilor publice prezentarea principalelor instrumente ale metodologiei semiotice, aplicate în domeniul relațiilor publice
7.2. Obiectivele specifice	- interpretarea semiotică a textelor multimodale - dezvoltarea spiritului de observație și a capacității de analiză - interpretarea și crearea reclamelor/spoturilor publicitare - interpretarea rezultatelor unei campanii de rebranding

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare ⁵
Transferul mitic în publicitate	Prelegere și dezbateri	2 ore - FF
Trăsăturile mitice surprinse în spectacolul publicitar	Prelegere și dezbateri	2 ore - FF
Relația dintre arhetipuri și mituri	Prelegere și dezbateri	2 ore - OS
Relația arhetip – simbol - publicitate	Prelegere și dezbateri	3 ore - FF

⁵ FF – față în față; OS – online sincron

Aspecte digitale ale semiozei vizuale	Prelegere și dezbateri	2 ore - OS
Relația dintre mit – povestire - publicitate	Prelegere și dezbateri	3 ore - FF
Avantajele și dezavantajele stereotipurilor în publicitate	Prelegere și dezbateri	3 ore - FF
Fundamentele comunicării publice din perspectiva metodologiei semiotice: concepte, principii, legi	Prelegere și dezbateri	3 ore - OS
Semiotica discursului publicitar		
Total ore 28		14 ore - FF 14 ore - OS
Bibliografie Odette Arhip, suport de curs – biblioteca electronică Odette Arhip, <i>Opera picturală – o lectură semiotică</i> , Junimea, Iași, 2009 Odette Arhip, suport de curs D. Borțun, <i>Semiotică. Limbaj și comunicare</i> , Comunicare.ro, București, 2001 Chelcea, Septimiu, <i>Psihologie aplicată. Publicitatea</i> , Iași, Editura Polirom, 2016 Chelcea, Septimiu, <i>Emoții sociale. Despre rușine, vinovăție, regret și dezamăgire</i> , București, Editura Tritonic, 2020 V. S. Dâncu, <i>Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar</i> , București, Editura Trei, 2005. Umberto Eco, <i>Tratat de semiotică generală</i> , Editura Științifică, București, 1982. Moraru Mădălina, <i>Mit și publicitate</i> , București, Editura Nemira, 2010. Moraru Mădălina, <i>Poveștile publicitare de la inspirație la strategie</i> , București, Editura Tritonic, 2015. Peirce, Charles, <i>Semnificație și acțiune (Fragmente semiotice)</i> , Humanitas, București, 1999 Thomas Sebeok, Thomas, <i>Semnele. O introducere în semiotica</i> , Humanitas, București, 2002 XXX, <i>Sociologia luxului</i> , volum coordonat de Marian Petcu, Editura Tritonic, București, 2015		
8.2. Seminarii	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare⁶
Semiotica minciunii	Prezentare, discuții, dezbateri, discurs interactiv și digitalizat	2 ore - FF
Semiotica manipulării publice în mediul online	Prezentare, discuții, dezbateri, discurs interactiv și digitalizat	2 ore - OS
Conflictul public din perspectivă semiotică	Prezentare, discuții, dezbateri, discurs interactiv	2 ore - OS

⁶ Idem 5

	și digitalizat	
Homo significans, de la natură la cultură; despre triada semn, semioză, semiotică Semioza: informație și comunicare, modele de analiză a situațiilor de comunicare publică	Prezentare, discuții, dezbateri, discurs interactiv și digitalizat	2 ore - FF
Semiotica, metodologie generală de analiză structurală, triadică, situațională și online	Prezentare, discuții, dezbateri, discurs interactiv și digitalizat	3 ore - OS
Semiotica spotului publicitar	Prezentare, discuții, dezbateri, discurs interactiv și digitalizat	3 ore - FF
Total ore 14		7 ore – FF 7 ore – OS
Bibliografie Odette Arhip, suport de curs – biblioteca electronică Odette Arhip, <i>Opera picturală – o lectură semiotică</i> , Junimea, Iași, 2009 Odette Arhip, suport de curs D. Borțun, <i>Semiotică. Limbaj și comunicare</i> , Comunicare.ro, București, 2001 Chelcea, Septimiu, <i>Psihologie aplicată. Publicitatea</i> , Iași, Editura Polirom, 2016 Chelcea, Septimiu, <i>Emoții sociale. Despre rușine, vinovăție, regret și dezamăgire</i> , București, Editura Tritonic, 2020 V. S. Dâncu, <i>Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar</i> , București, Editura Trei, 2005. Umberto Eco, <i>Tratat de semiotică generală</i> , Editura Științifică, București, 1982. Moraru Mădălina, <i>Mit și publicitate</i> , București, Editura Nemira, 2010. Moraru Mădălina, <i>Poveștile publicitare de la inspirație la strategie</i> , București, Editura Tritonic,		

2015.

Peirce, Charles, Semnificație și acțiune (Fragmente semiotice), Humanitas, București, 1999

Thomas Sebeok, Thomas, Semnele. O introducere în semiotica, Humanitas, București, 2002

XXX, *Sociologia luxului*, volum coordonat de Marian Petcu, Editura Tritonic, București, 2015

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

În elaborarea conținutului disciplinei „Semiotică” s-a ținut cont de opinia specialiștilor care lucrează în domeniul comunicării în vederea alinierii competențelor cursului la cerințele pieței. Au avut loc discuții cu mai mulți angajatori specializați în domeniul publicității și PR-ului pentru creionarea nevoilor pe care industria le are și pe care domeniul academic le poate satisface. De asemenea, s-au luat în considerare conținuturile disciplinelor similare oferite de universități prestigioase din lume care au programe de Comunicare și Relații publice

10. Evaluare

Tip activitate	10.1.Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs			10%
10.5. Seminar			30%
10.6. Evaluare finală			60%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8. x			

Data completării

12.09.2022

Semnătura titularului de curs

Prof. dr. Odette Arhip

Semnătura titularului de lucrări practice

Prof. dr. Odette Arhip

Data avizării în departament

14.09.2022

Semnătura directorului de departament

Lect. dr. Iulia Anghel