FIŞA DISCIPLINEI

Anul universitar 2026-2027

1.Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**UNIVERSITATEA DIN BUCUREŞTI**
1.2 Facultatea/Departamentul	**TEOLOGIE ROMANO-CATOLICĂ**
1.3 Catedra	**TEOLOGIE**
1.4 Domeniul de studii	**TEOLOGIE**
1.5 Ciclul de studii	**MASTER**
1.6 Programul de studii/Calificarea	**COMUNICARE BIBLICĂ SI ECLESIALĂ**

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				**Tehnici de comunicare IV (Limbajul de publicitate)**			
2.2 Titularul activităţilor de curs				**Paul Scarlat**			
2.3 Titularul activităţilor de seminar				**Paul Scarlat**			
2.4 Anul de studiu	**II**	2.5 Semestrul	**II**	2.6 Tipul de evaluare	**E**	2.7 Regimul disciplinei	**FAC**

3.Timpul total estimat (ore pe semestru al activităţilor didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	**2**	din care: 3.2 curs	**1**	3.3 seminar/laborator	**1**
3.4 Total ore din planul de învăţământ	**28**	din care: 3.5 curs	**14**	3.6 seminar/laborator	**14**

Distribuţia fondului de timp	**Ore**
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**10**
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**7**
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**17**
Tutoriat	**3**
Examinări	**2**
Alte activităţi	**8**
3.7 Total ore studiu individual	**47**
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)	**75**
3.10 Numărul de credite	**3**

4.Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competenţe	

5.Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a cursului	* Participare la curs, minim 50% * Sală dotată cu tablă, hărți, eventual cu video-proiector
5.2 de desfăşurare a seminarului	* Participare la curs, minim 50% * Sală dotată cu tablă, hărți, eventual cu video-proiector

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	• R1 - Interpretează conținutul și mesajele textelor religioase pentru a se dezvolta spiritual și pentru a-i ajuta pe ceilalți în dezvoltarea spirituală, pentru a aplica pasajele și mesajele corespunzătoare în timpul slujbelor și al ceremoniilor sau în scopuri de educație teologică.
Aptitudini	• R1 - Promovează evenimentele, participarea la servicii religioase și ceremonii și participarea la tradiții și festivități religioase în comunitate pentru a consolida rolul jucat de religie în comunitatea respectivă.
Responsabilitate și autonomie	• R1 - Dă dovadă de sensibilitate estetică, interes și deschidere față de expresiile artistice provenind din medii culturale diferite.

7.Conţinuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observaţii
Introducere: Funcțiile publicității	prelegere	1 prelegere
Realizarea unei campanii publicitare	prelegere	2 prelegere
Limbajele publicității	prelegere	2 prelegeri
Creativitatea	prelegere	2 prelegeri
Mijloacele de comunicare a publicității	prelegere	2 prelegeri
Publicitatea cu teme religioase	prelegere	2 prelegeri

BIBLIOGRAFIE MINIMALĂ RECOMANDATĂ

1. Jean-Noël Kapferer, *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*, Comunicare.ro 2002; NSCK21C
2. François Brune, *Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității*, Trei 1996; NSCB85F
3. Consiliul Pontifical pentru Comunicații Sociale, *Etica în publicitate*, Presa Bună 2004; DBDE
4. Goddard Angela, Limbajul publicității, Polirom, Iași, 2002.
5. https://www.wiley.com/en-sg/The+Language+of+Advertising-p-9780631127437
6. https://www.britannica.com/topic/advertising

7.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observaţii
Studii de caz. Exemple pozitive și negative de reclame	Studii de caz	4 laboratoare
Analiza unei reclame tipărite	Exercițiu	5 laboratoare
Analiza unei reclame video	Exercițiu	5 laboratoare

BIBLIOGRAFIE MINIMALĂ RECOMANDATĂ

Fiecare student își va căuta singur bibliografia pentru referat

8.Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

9.Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Cunoaşterea terminologiei.	Examen	70%
	Înţelegerea importanţei publicității		
	Capacitatea de identificare a legilor creației publicitate		
9.5 Seminar/laborator	Analiza unei reclame tipărite	Prezentare	30%
	Analiza unei reclame video		

9.6 Standard minim de performanţă

- Cunoaşterea în linii mari funcțiilor și calităților publicității;
- Analizarea unei reclame.

Data completării

20.09.2026

Semnătura titularului de curs
Paul Scarlat

Semnătura titularului de seminar
Paul Scarlat

Data avizării în departament

2.10.2026

Semnătura şefului departament

Pr. conf. dr. Tarciziu-Hristofor Șerban