



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Craiova
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul Arte și Media
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclu de studii universitare	Master
1.6. Forma de organizare	IF
1.7. Programul de studii	Media online și imagine instituțională

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare vizuală pe platforme digitale						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Florin Constantinescu						
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator	Prof. univ. dr. Florin Constantinescu						
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB

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

3.1. Numărul de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp - ore/sapt.					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					1
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	• Cunoștințe despre teoriile, modelele și practicile actuale de design vizual, semiotică digitală și comunicare strategică în context online
4.2. de competențe	• Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă, gândire critică

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Condiții de învățare activă, proactivă și interactivă, activități pedagogice bazate pe strategii euristice și creative
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Învățare bazată pe situații de învățare problematizantă cu impact aplicativ-practic

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Deține cunoștințe aprofundate despre diferitele tipuri de conținut și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video), precum și despre specificul canalelor media — presă tipărită, televiziune, radio, cinematografie, presă online, platforme digitale și aplicații mobile. 2. Înțelege și aplică tehnici variate de redactare și structurare a conținutului (nativ, descriptiv, expozitiv, argumentativ, persuasiv), precum și principii de retorică și compunere a mesajelor menite să informeze, convingă sau motiveze publicul. 3. Dispune de cunoștințe solide privind caracteristicile și funcționarea programelor software utilizate în activitățile de birou — procesare de text, foi de calcul, prezentări, e-mail, baze de date, sisteme de gestionare a conținutului — precum și a aplicațiilor pentru editarea și structurarea conținutului destinat publicării sau difuzării.
Aptitudini (Abilități)	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demonstrează capacitatea de a aplica practici și tehnici adecvate de producție pentru diferite tipuri de conținuturi și forme de expresie (text, fotografie, audio, video), în funcție de specificul canalului media — presă tipărită, televiziune, radio, cinematografie, presă online, platforme digitale sau aplicații mobile. 2. Aplică principii de retorică, stilistică și compunere a mesajelor pentru formularea unor conținuturi eficiente, capabile să informeze, să convingă și să motiveze publicul în diverse contexte de comunicare. 3. Utilizează competent aplicații software destinate redactării, editării, formatării și realizării de materiale scrise sau audiovizuale, adaptând instrumentele digitale la cerințele profesionale ale domeniului comunicării.
Responsabilitate și autonomie	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demonstrează capacitatea de a evalua critic modul în care mass-media și platformele digitale reprezintă teme, persoane, grupuri sau categorii sociale, manifestând responsabilitate profesională în analiza conținutului mediatic. 2. Elaborează și realizează în mod autonom conținuturi sau produse media destinate publicării ori difuzării pe unul sau mai multe canale și platforme, utilizând în mod integrat diverse forme media (text, fotografie, audio, video) în cadrul proiectelor profesionale. 3. Redactează și editează în mod responsabil și creativ texte originale — jurnalistice, promoționale, publicitare, instituționale, tehnice sau academice — demonstrând autonomie profesională și respect față de normele etice și stilistice ale domeniului.

7. Conținuturi

7.1. CURS	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Introducere în comunicarea vizuală	Față în față	<p>prezentare interactivă;</p> <p>analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.</p>	2 ore
2. Semiotică vizuală și teoria imaginii	Față în față	<p>prezentare interactivă;</p> <p>analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme</p>	2 ore

		digitale.	
3. Percepția vizuală: mecanisme cognitive	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
4. Design vizual: principii fundamentale	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
5. Comunicare vizuală în era digitală	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
6. Identitate vizuală și branding personal	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
7. Mesaje vizuale persuasive	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
8. Comunicarea vizuală în social media	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
9. Construirea unui portofoliu vizual	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
10. Estetica vizuală în mediul digital	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme	2 ore

		digitale.	
11. Etică și responsabilitate în comunicarea vizuală	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
12. Platforme emergente și tendințe	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
13. Analiza campaniilor vizuale (studii de caz)	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore
14. Prezentări finale și discuții	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	2 ore

Bibliografie:

1. Bârgăoanu, A. (2018). #FAKENEWS. Noua cursă a înarmării. Evrika Publishing
2. Coman, M. (2016). *Introducere în sistemul mass-media*. Editura Polirom
3. Chirică, M. (2021). Influencer marketing pe diverse platforme
4. Dâncu, V. (2009). *Comunicare simbolică*. Editura EIKON.
5. Joannes, A. (2009). *Comunicarea prin imagini. Cum să-ți pui în valoare comunicarea prin intermediul dimensiunii vizuale*. Editura Polirom.
6. Șerbănescu, S. (2011). *Comunicare vizuală: ilustrație și grafică publicitară*. Editura Universității din București
7. Lucian Ionică, *Imaginea vizuală*, Editura Marineasa, 2005.
8. Erwin Panofsky, *Artă și semnificație*, București, Editura Meridiane, 1980.
9. Manolescu, Ion, *Videologia. O teorie tehnoculturală a imaginii globale*, Polirom, 2003.
10. Wunenburger, Jean-Jaques, *Filosofia imaginilor*, Traducere de Muguraș Constantinescu. Ediție îngrijită și postfață de Sorin Alexandrescu, Iași, Polirom, 2004.
11. Tămaș, B. (2021). Autenticitatea și rolul ei pentru branduri și pentru social media influenceri.
12. D. C. Balaban & J. Szabolcs (Ed.), *Social media influencerii și rolul lor publicitar* (pp. 201–232). Tritonic
13. Zelist. (2018). Utilizatori YouTube în România 2018. <https://www.zelist.ro>.

7.2. Seminar/laborator	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Analiza mesajelor vizuale digitale	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri;	1 oră

		studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	
2. Realizarea unei mini-campanii vizuale	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	1 oră
3. Studiu de caz: strategii vizuale pe TikTok	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	1 oră
4. Studiu de caz: strategii vizuale pe Instagram, LinkedIn	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	1 oră
5. Proiect practic: design vizual pentru instituții educaționale / ONG	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	1 oră
6. Proiect practic: design vizual pentru brand personal	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	1 oră
7. Prezentări finale și discuții	Față în față	prezentare interactivă; analiză de imagini și clipuri; studii de caz; învățare bazată pe proiect; aplicații practice în platforme digitale.	1 oră
Bibliografie:			
1. Bârgăoanu, A. (2018). #FAKENEWS. Noua cursă a înarmării. Evrika Publishing			
2. Coman, M. (2016). <i>Introducere în sistemul mass-media</i> . Editura Polirom			

3. Chirică, M. (2021). Influencer marketing pe diverse platforme
4. Dâncu, V. (2009). Comunicare simbolică . Editura EIKON.
5. <u>Joannes, A.</u> (2009). Comunicarea prin imagini. Cum să-ți pui în valoare comunicarea prin intermediul dimensiunii vizuale. Editura Polirom.
6. <u>Șerbănescu, S.</u> (2011). Comunicare vizuală: ilustrație și grafică publicitară. Editura Universității din București
7. Lucian Ionică, <i>Imaginea vizuală</i> , Editura Marineasa, 2005.
8. Erwin Panofsky, <i>Artă și semnificație</i> , București, Editura Meridiane, 1980.
9. Manolescu, Ion, <i>Videologia. O teorie tehnoculturală a imaginii globale</i> , Polirom, 2003.
10. Wunenburger, Jean-Jaques, <i>Filosofia imaginilor</i> , Traducere de Muguraș Constantinescu. Ediție îngrijită și postfață de Sorin Alexandrescu, Iași, Polirom, 2004.
11. Tămaș, B. (2021). <i>Autenticitatea și rolul ei pentru branduri și pentru social media influenceri</i> .
12. D. C. Balaban & J. Szabolcs (Ed.), <i>Social media influencerii și rolul lor publicitar</i> (pp. 201–232). Tritonic
13. Zelist. (2018). Utilizatori YouTube în România 2018. https://www.zelist.ro .

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

Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor comunicării.
Competențele profesionale și transversale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Notele acordate pentru proiecte, teme de casă, referate, studii de caz, lucrări practice	<i>Lucrare scrisă (descriptivă + rezolvare de situații problematice)</i>	60%
	Nota acordată pentru frecvența și conduita la activități		
9.5. Seminar/laborator	Notele acordate pentru proiecte, teme de casă, referate, studii de caz, lucrări practice	<i>Lucrări practice</i>	40%
	Nota acordată pentru frecvența și conduita la activități		
9.6. Standard minim de performanță			
-			

Data completării
25.09.2025

Titular de disciplină,
Prof. univ. dr. Florin Constantinescu

Semnătura titularului
.....

Data avizării în departament
29.09.2025

Director de departament,
Prof.univ.dr. Alexandru BOUREANU

Semnătura directorului de departament,
.....