

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Arte <i>George Enescu</i> Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Arte Vizuale și Design
1.3 Departamentul	Școala Doctorală
1.4 Domeniul de studiu	Arte Vizuale
1.5 Ciclul de studiu	Doctorat
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Doctorat

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Metaforă și analogie în design			Cod disciplină AVDD			
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Univ. Dr. Monica Pop						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. Univ. Dr. Monica Pop						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	I	a. Tipul de evaluare	C	b. Regimul disciplinei	Opțională

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților 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 învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar / laborator	14
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					60
Tutoriat					20
Examinări					10
Alte activități:					10
3.7 Total ore de studiu individual					150
3.8 Total ore pe semestru					164
3.9 Numărul de credite					8

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	

6. Competențe specifice acumulate

C1

Identificarea teoriilor, metodelor și tehnicilor de lucru necesare dezvoltării unei teme de cercetare doctorală în comunicarea vizuală

C1.1

Identificarea teoriilor și a metodelor aplicate în cercetarea contextului de management comunicațional, a procesului de creație și de producție și a perimetrului concurențial.

C1.2

Utilizarea și interpretarea datelor colectate în vederea identificării corecte a principalelor trasee de dezvoltare a temei de cercetare, a caracteristicilor acestora și a metodelor de investigație adecvate pentru a cunoaște mai bine contextul pentru care un anumit produs va fi realizat.

C1.3

Aplicarea datelor obținute prin informare și documentare sistematică, prin cercetare aprofundată în domeniu, teoretică și de ordin practic, în interpretarea unor situații specifice și a unor probleme noi, a căror soluționare impune în primul rând un nivel de competență, de reflecție și de analiză critică.

C1.4

Evaluarea și interpretarea critică a teoriilor, metodelor și tehnicilor de lucru, în relație cu diverse teme de cercetare specifice domeniului, dar și cu obiectivele activității concrete de creație din domeniu.

C1.5

Elaborarea de studii de parcurs, legate de diverse teorii, metode de documentare și cercetare, tehnici de lucru, analize sistematice (calitative), instrumente sociologice de colectare a informației (cantitative), observație participativă (interviuri, teste, fișe de observație), toate adaptate la domeniu și la diverse teme specifice.

C5

Realizarea unei strategii de promovare a unui produs, în concordanță cu specificul contextului și cu obiectivele pentru care este proiectat.

C5.1

Selectarea unor elemente, tehnici, tactici de comunicare integrată și de promovare eficientă a creației, adaptate la profilul domeniului de activitate al clientului și la societatea actuală de consum.

C5.2

Identificarea și stabilirea tehnicilor, tacticilor și strategiilor de comunicare și promovare a creațiilor, în mediul de specialitate și în contextul general al societății actuale de consum.

C5.3

Utilizarea instrumentelor adaptative, specifice, de planificare strategică a procesului de comunicare și promovare în/prin diverse medii, în situații noi și problematice pentru receptarea justă a mesajului cu privire la creația propriu-zisă de design.

C5.4

Evaluarea critică și aprecierea validității strategiilor de comunicare ce se impun pentru promovarea proiectelor de design, a flexibilității lor, în raport cu datele contextului în care creațiile sînt lansate și cu răspunsurile de parcurs pe care publicul-țintă le oferă.

C5.5

Realizarea unor strategii aplicate de comunicare, pentru domeniul designului grafic, pentru proiectele punctuale ce cuprind tehnici diferite de lucru și au obiective radical diferite de împlinit.

Elaborarea unei strategii de promovare a produsului în aria de dezvoltare specifică, în baza unor metode de comunicare adaptate, în funcție de obiectivele creației de design grafic, de cerințele clientului, de contexte și posibilele evoluții ale sale, de tendințele de dezvoltare a domeniului, în ansamblu.

Competențe transversale

CT1

Asumarea unor sarcini profesionale complexe în cadrul proceselor de execuție a proiectelor vizuale și utilizarea mecanismelor și tehnologiilor de comunicare, astfel încît să fie realizată promovarea eficientă a rezultatelor performante din domeniu.

CT3

Evaluarea continuă și controlul metodic al propriului nivel de performanță creativă, datorită unei corelări permanente la direcțiile contemporane de dezvoltare a domeniului artelor vizuale (inclusiv la nivelul tehnologiilor și tehnicilor de creație și producție), la noile tendințe stilistice și conceptuale care se afirmă pe plan mondial, dar și datorită recursului la practici și metode de informare, documentare sistemică și cercetare consacrate.

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

7.1 Obiectivul general al

1. Prezentarea și susținerea unui proiect în care să se regăsească

disciplinei	<p>elemente de relaționare și coordonare logică a unor strategii de comunicare vizuală, prin metoda infografiilor.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Capacitatea de a concluziona și de a realiza o analiză sintetică a unui produs artistic, sau a unui concept, din punct de vedere semiotic. 3. Identificarea anumitor constrângeri de care trebuie să se țină cont în elaborarea unui produs, pe baza cunoașterii teoriilor semioticii vizuale, a principiilor comunicării vizuale. 4. Demonstrarea unei gândiri abstracte, critice și a unei capacități de evaluare corectă.
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și teoriilor de comunicare vizuală, semiotica vizuală, compoziție, cromatologie și estetică. 2. Utilizarea teoriilor și conceptelor semioticii vizualului în analiza și evaluarea produselor. 1. Înțelegerea și aplicarea principiilor comunicării în relație cu grupul țintă avut în vedere 2. Includerea factorilor culturali, de mediu și social, geografic, în soluțiile legate de semnificația produsului, pe lângă cele estetice, de comunicare și funcționalitate. 3. Analizarea adecvată și realizarea evaluării pertinente, pe baza cercetărilor în domeniul semioticii vizualului în corelare cu studiile interdisciplinare. 4. Considerarea factorului uman ca factor principal în interpretarea semantică și element de bază în evoluția soluției și proiectarea produsului. 5. Anticiparea corectă, evoluția produsului din punct de vedere semantic, funcțional și structural, marcând creativitatea și originalitatea în conceptul elaborat. 6. Capacitatea de a diversifica soluțiile găsite prin elaborarea de variante la proiectul propus, folosind cunoștințele acumulate. 7. Analizarea și stăpânirea datele privind istoria și evoluția obiectelor în interdependență cu factorul semiotic global, social, estetic, tehnologic, material, în vederea găsirii unei soluții optime.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metoda de predare	Observații
<p><i>Infografia ca mijloc sintetic de exprimare a unui concept – 2 ore</i></p> <p><i>Specificul semioticii – semn și semnificare – 2 ore</i></p> <p><i>Școlile de semiotică și comunicare – 3ore</i></p> <p><i>Școala proces – teorii ale comunicării – 3ore</i></p> <p><i>Simbolul cultural, expresie a semiozei nelimitate – 2 ore</i></p> <p><i>Strategii de autopromovare și elaborare a unui concept – 2 ore</i></p>	<p>Se folosesc metode și procedee similare celorlalte discipline în domeniul vizual analizat : Lecții practice (modul de lucru, modele, exemple didactice, dirijarea proiectelor individuale), Didactice (expozitive, active, individuale și colective, Universale (expunere, documentație, etc), Speciale(strategii documentare în design și artă)</p>	

Bibliografie:

1. Arnheim, Rudolf, *Arta și percepția vizuală (O psihologie a văzului creator)*, tr. Florin Ionescu, Editura Meridiane, București, 1979
2. Baudrillard, Jean, *Sistemul obiectelor*, tr.Horia Lazăr, Editura Echinox, Cluj,1996
3. Baudrillard, Jean, *Societatea de consum. Mituri și structuri* tr.Alexandru Matei, prefață Ciprian Mihali, Comunicare ro, București, 2005
4. Cathelat, Bernard, *Publicitate și societate*, tr.Costin Popescu, Editura Trei, București, 2005, p.88. Danto, Arthur, *Après la fin de l'art*, Editions du Seuil, Paris, 1998
5. HOEK, Leo, 1982, *La marque de titre*, La Haye, Mouton.
6. Thomas Sebeok, *Semiotik/Semiotics.Handbook on the Sign-Theoretic Foundations of Nature and Culture*, sursa, http://ling.kgw.tuberlin.de/semiotik/english/Events/handbook_e.htm
7. Gombrich Ernst Hans, *Art and illusion; a study in the psychology of pictorial representation*, Pantheon Books, New York, 1960
8. Eco Umberto, *În căutarea limbii perfecte*, Ed. Polirom, Iași, 2002 Dumas Felicia,
9. Gest și expresie în liturghia ortodoxă, Ed. Institutul European, Iași, 2000 Birdwhistell Ray L.
10. Kinesics and context – essays on body motion communication, University of Pennsylvania Press, Philadelphia
11. Monica Pop, *Dinamica limbajului vizual*, Ed. Artes, 2013, Iași
12. Monica Pop, *Semiotica în cultura vizuală*, Ed. Artes, 2013, Iași

8.2 Seminarul / Laborator	Metoda de predare	Observații
Eseu interpretativ, evaluarea estetică a unui obiect, identitate vizuală, produs de design – 4 ore Armonia, coerența, proporția, ritmul, culoarea – elemente estetice studiate în trei culturi diferite – infografic – 10ore	resurse procedurale: <i>metode, procedee didactice, tehnici de instruire și moduri de organizare (grup și individual) – brainstorming, gândirea laterală;</i>	
Bibliografie: <ol style="list-style-type: none"> 1. Arnheim, Rudolf, <i>Arta și percepția vizuală (O psihologie a văzului creator)</i>, tr. Florin Ionescu, Editura Meridiane, București, 1979 2. Baudrillard, Jean, <i>Sistemul obiectelor</i>, tr.Horia Lazăr, Editura Echinox, Cluj,1996 3. Baudrillard, Jean, <i>Societatea de consum. Mituri și structuri</i> tr.Alexandru Matei, prefață Ciprian Mihali, Comunicare ro, București, 2005 4. Cathelat, Bernard, <i>Publicitate și societate</i>, tr.Costin Popescu, Editura Trei, București, 2005, p.88. Danto, Arthur, <i>Après la fin de l'art</i>, Editions du Seuil, Paris, 1998 5. HOEK, Leo, 1982, <i>La marque de titre</i>, La Haye, Mouton. 		

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

--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Ponderea din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințe acumulate	colocviu	40%
	Limbaj adecvat	dialog	10%
10.5 Seminar / Laborator	Modalități de abordare	Eseu argumentativ	50%

10.6 Standard minim de performanță

Standarde minime pentru nota 5:

Standarde minime pentru nota 5:

- însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii;
- cunoașterea problemelor de bază din domeniu;
- etc.

Standarde minime pentru nota 10:

- abilități, cunoștințe certe și profund argumentate;
- exemple analizate, comentate;
- mod personal de abordare și interpretare;
- parcurgerea bibliografiei;

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....



.....

Data avizării în departament

Semnătura șefului de departament

.....

.....