

GRAFICA PUBLICITARĂ

1. Date despre disciplină/modul

Facultatea	Textile și Poligrafie				
Departamentul	Design și Tehnologii în Textile și Poligrafice				
Ciclul de studii	Studii superioare de master, ciclul II				
Programul de studii	Design și tehnologii poligrafice				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I	II	E	S-unitate de curs de specialitate	O-unitate de curs obligatorie	6

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/seminar	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
180	20	28	-	54	78

3. Precondiții de acces la disciplină/modul

Conform planului de învățământ	Teoria designului tipografic, Materiale tipografice noi, Tehnologii speciale de tipar, Managementul culorii, Designul de produs și promovarea produselor.
Conform competențelor	Reconstituirea de ansamblu a proceselor de soluționare a obiectivelor de studiu, cunoașterea designului produselor, caracteristicilor materialelor și tehnologiilor de tipar, tehnologiilor de finisare, managementului. Operarea cu fundamente științifice, ingineresti și ale tehnologiilor informaționale

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Cursul este interactiv, studenții pot adresa întrebări referitoare la conținutul expunerii în timpul cursului, în care se pun probleme de logica sau care fac apel la domeniile studiate anterior. Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator, materialele didactice ilustrative. Accesul on-line la suportul teoretic este asigurat tuturor masteranzilor prin intermediul platformei educaționale Moodle UTM/Facultatea Textile și Poligrafie/Design și Tehnologii Poligrafice.
Laborator/seminar	Realizarea lucrărilor practice implică consultarea obligatorie a notițelor de curs și a recomandărilor privind realizarea lucrărilor practice. Fiecare masterand va desfășura o activitate individuală care implică realizarea lucrărilor practice. Disciplina academică se impune pe toată durata de desfășurare a lucrărilor. Termenul de vizualizare și analiză a lucrărilor, imediat la o săptămână după ținerea cursului teoretic cu referință la tematica abordată.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 1. Conceperea estetică a produselor tipografice derivate din necesitățile utilizatorilor și din științele fundamentale, de dezvoltare a competențelor fundamentale, generale, socio-umaniste și de specialitate. CP 2. Operarea cu reperele teoretice în materializarea conceptelor estetice și constructive în proiecte de produse tipografice. CP 3. Identificarea conformă a soluțiilor constructive de realizare a produselor publicitare, bazată pe principiul optimizării.
-------------------------	---

	CP 4. Identificarea conformă a soluțiilor tehnologice de realizare a produselor publicitare bazată pe principiul optimizării. CP 5. Planificarea, coordonarea și monitorizarea sistemelor de activitate editoriale, tipografice,.
Competențe transversale	CT1. Aplicarea valorilor și eticii meseriei de inginer și desfășurarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată. Promovarea raționamentului logic, convergent și divergent, a aplicabilității practice, a evaluării și autoevaluării în luarea deciziilor. CT2. Realizarea activităților și îndeplinirea rolurilor specifice muncii în echipă pe diferite paliere ierarhice. Promovarea spiritului de inițiativă, dialogului, cooperării, atitudinii pozitive și respectului în raport cu colegii, diversității, multiculturalității și îmbunătățirii continue a propriei activități. CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională continuă în scopul integrării pe piața muncii și al adaptării la dinamica cerințelor acesteia și pentru dezvoltarea personală și profesională. Utilizarea eficientă a abilităților lingvistice și a cunoștințelor de tehnologia informației și a comunicării.

6. Obiectivele disciplinei/modulului

Obiectivul general	Obiectivul cursului vizează însușirea reperelor teoretice, dezvoltarea abilităților și competențelor studenților prin determinarea și definirea unor paradigme estetice fundamentate capabile să asigure eficient practica artistică din domeniul designului și graficii publicitare.
Obiectivele specifice	Dezvoltarea la studenți a abilităților de înțelegere și evaluare a particularităților morfologice, sintactice și axiologice a produselor de design publicitar. În urma unui studiu riguros al valorilor culturale existente, cât și al unor experiențe realizate de către studenți sistematic, aceștea, sunt orientați în creația de produs publicitar, spre atingerea unor valori estetice corespunzătoare nivelului cultural și tehnologic actual, contribuind iminent prin aceasta la modelarea artistică și armonizarea lumii înconjurătoare.

7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
Tematica prelegerilor	
1. Eficiența designului publicitar-factori de influență, probleme, pricini și soluții. Conlucrarea cu grupele de referință - obiective, deficiențe, metode de testare, depășirea posibilelor erori.	2
2. Particularitățile de examinare a lucrărilor designerilor consacrați - obiective, metode analitice, soluții, adaptări, inovații.	2
3. Particularitățile specifice ale designului publicitar. Metode și condiții de realizare eficientă a designului publicitar.	2
4. Imagine și text în designul publicitar - priorități, eficiență artistică, informativă și axiologică. Modalități de optimizare a expresiei plastice și semantice. Asociația și rolul acesteia în designul publicitar. Elementele grafice și funcțiile acestora în designul publicitar.	2
5. Genurile designului publicitar: afișul, pliantul, ambalajul, eticheta, produsele publicitare de dimensiuni sporite, produsele de promovare stilistică corporativă.	2
6. Afișele: afișul publicitar, afișul politic, afișul didactic instructiv, afișul artistic. Particularitățile specifice de realizare structural compozițională, stilistică și semantică. Interferențe dintre imagine și text în afiș.	2
7. Pliantele, posterele - forma, structura, stil. Principiile de realizare morfologică a formei, orchestrare sintactică și generare a informației. Valoarea artistică a expresiilor imagine – text și rolul axiologic al acestora.	2
8. Ambalajele. Particularitățile specifice designului ambalajului. Cerințele tehnologice de realizare a ambalajelor. Materialele utilizate în fabricarea ambalajelor. Particularitățile de realizare plastică a etichetelor Influențele designului ambalajului și a etichetei asupra promovării produselor.	2
9. Designul publicitar de format mare. Genurile designului de format mare. Particularitățile distincte ale designului publicitar de format mare. Modalitățile de realizate tehnologică a produselor publicitare de format mare. Cerințe impuse calității tiparului în realizarea produselor publicitare de format mare.	2

10. Designul publicitar al produselor de identitate corporativă. Designul logo-lor și a cărților de vizită. Logo-ul și cartea de vizită în calitate de elemente principale ale stilului de identitate corporativ. Particularitățile de elaborare artistică a logo-lor și a cărților de vizită. Materialele utilizate în realizarea cărților de vizită. Tehnologia tiparului cărților de vizită. Particularitățile și principiile de gravare laser al ecărților de vizită. Designul calendarelor, - tipologia și particularitățile de realizare artistică a acestora.	2
Total prelegeri:	20

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
Tematica lucrărilor practice/seminarelor	
1. Schițe de corelare proporțională eficientă a imaginii și al textului în format.	2
2. Exerciții de orchestrare ritmică originală a imaginii și al textului în format.	2
3. Exerciții de subordonare cromatică expresivă a imaginii și al textului în format.	2
4. Exerciții de optimizare a expresiei imaginii prin evidențierea contrastelor tonale și cromatice	2
5. Studiul repertoriului de opere din domeniul în cauză și determinarea arealului tematic asupra căruia se v-or realiza lucrări practice în cadrul genurilor de design publicitar.	2
6. Exerciții de elaborare a afișelor publicitare.	4
7. Exerciții de elaborare a pliantelor, posterelor.	2
8. Exerciții de elaborare a ambalajelor și etichetelor.	4
9. Exerciții de elaborare a designului publicitar de format mare.	4
10. Exerciții de elaborare a produselor de promovare stilistică a firmei: schițe de logo-uri, carti de vizită și calendar.	4
Total lucrări practice/seminare:	28

8. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ailincăi, C. <i>Introducere în gramatica limbajului vizual</i>. Editura Polirom. Colecția de Artă, Iași, 2011. 2. Arnheim, R. <i>Arta și percepția vizuală: o psihologie a văzului creator</i>. Editura Polirom, Iași, 2011. 3. Dabner, D. <i>Design grafic</i>. Editura Enciclopedia RAO, București, 2005. 4. Florence de Meredieu. <i>Arta și noile tehnologii</i>. Editura RAO, București, 2004. 5. Mucchielli, A. <i>Arta de a comunica: Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i>, Editura Polirom, Iași, 2015. 6. Адамчик, М. В., <i>Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии</i>. Минск, Из-во «Харвест», 2010. 7. Медведев В. Ю. <i>Сущность дияайна</i>. Москва, 2006. 8. Стоун, Т. Л., Адамс, С., Мориока, Н. <i>Дизайн цвета: Практикум. (практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне)</i>. Москва, Из-во РИП-холдинг, 2006. 9. Тимофеев, Г., Тимофеев, Е. <i>Графический дизайн</i>. Изд-во Феникс, Ростов на Дону, 2004. 10. Тулупов, В. В. <i>Дизайн периодических изданий</i>. Издательство Михайлова В. А., Москва, 2006. 11. Ульрих, К., Эппингер, С. <i>Промышленный дизайн</i>. Москва, Из-во «Вершина», 2006. 12. Устин, В.Б. <i>Композиция в дизайне: методические основы композиционно – художественного формообразования в дизайнерском творчестве: Учебное пособие для вузов</i>. Изд. 2-е, уточнен. и доп. Москва, Из-во АСТ, 2007. 13. Яцюк, О. <i>Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий</i>. Издво БХВ-Петербург, Санкт-Петербург, 2004.
Suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arnheim, R. <i>Forța centrului vizual</i>. Editura Polirom. Colecția de Artă, Iași, 2012. 2. Daghi, I. <i>Compoziția decorativă frontală</i>. Editura Editura-Prim, Chișinău, 2010. 3. Focillon Henri. <i>Viața formelor</i>. Ed. Meridiane, București, 1995. 4. Ghyka C. <i>Estetica și teoria artei</i>. Ed. Științifică București, 1981. 5. Kagan, M. <i>Morfologia artei</i>. Editura Meridiane, București.

9. Evaluare

Periodică		Curentă	Lucrul individual	Nota semestrială	Examen final
Atestarea 1	Atestarea 2				
15%	15%	15%	15%	60%	40%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri și lucrări practice, realizarea sarcinilor individuale.					
Obținerea notei minime la fiecare dintre atestări și lucrări;					
Demonstrarea în lucrări a cunoașterii aspectelor teoretice ale designului publicitar.					