



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025-2026

Anul de studiu 3 / Semestrul 1

Legendă:

-scris cu negru - formatul standard al fișei disciplinei

-scris cu albastru - sugestii operaționale pentru elaborarea fișei.

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
1.2 Facultatea	de Design
1.3 Departamentul	Departamentul de Design, Comunicare Vizuală și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte Vizuale
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO *	Design

* conform Planului de învățământ

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Design grafic			2.2 Cod disciplină	AIAS5007		
2.3. Titularul activității de curs	dr. Nicula Raluca-Iulia						
2.4 Titularul activității de seminar/laborator	dr. Nicula Raluca-Iulia						
2.5 Anul de studiu	3	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E/C/VP)	ES	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, Op - opțională, F - facultativă)	Ob

3. Timpul total estimat

3.1 Număr ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					5
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
d. Consultații	3
e. Examinări	5
f. Alte activități universitare (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.)	5
3.7 Total ore studiu individual (a+b+c+d)	23
3.8 Total ore activități universitare (e+f+3.4)	52
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	100
3.10 Numărul de credite **	4

* 1 credit = 25 ore

** Se recomandă ca 3.7 să fie mai mare sau egal cu 3.8

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• desen, culoare, compoziție
4.2 de competențe	• informatice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Atelier de specialitate dotat cu mese de lucru, planșete, videoproiector, computer, acces la internet, conform cerințelor temelor de curs
5.2 de desfășurare a seminarului	-
5.3 de desfășurare a laboratorului	-
5.4 de desfășurare a proiectului	• Atelierul și materiale de specialitate pentru atelier

6. Competențe specifice acumulate

6.1 Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Realizarea documentării și a cercetării cu privire la tema propusă și identificarea principalelor puncte de abordare ale sale și a direcțiilor de dezvoltare a proiectului.• Utilizarea tehnicilor și a materialelor specifice, în procesul de design de produs, compatibile cu etapele stabilite pentru dezvoltarea conceptului.• Dezvoltarea strategică a soluției de design și a procesului de realizare a produsului, după un plan atent stabilit.• Proiectarea soluției finale de design al produsului, în funcție de contextul de realizare practică.• Realizarea designului de produs, în funcție de contextul de dezvoltare socio-economică și de factorii culturali, istorici și de mediu.
-----------------------------	---



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

6.2 Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• Aplicarea unor strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă, de punctualitate și răspundere personală față de rezultat, pe baza principiilor, normelor și valorilor de etica profesională.• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.• Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și a tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
-----------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Studenții dezvoltă capacități specifice de interpretare a situațiilor care presupun familiarizarea cu modalități fundamentale de reprezentare și exprimare specifice designului grafic.• Elaborarea strategiilor de dezvoltare a ideilor și soluțiilor, cu structurarea activităților într-un plan al procesului de realizare a produsului.• Proiectarea produselor cu caracteristici bine determinate tematic, cu alegerea celor mai pertinente tehnici de realizare în design grafic
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii prin descoperirea de soluții eficiente, caracterizate prin originalitate și unitate estetică.• Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniul designului grafic.

8. Conținuturi *

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
De la concept la vizual Organizarea ideilor Cercetare și concepte inițiale Procurarea/generarea imaginilor	- Prelegere; - Proiecție imagini și tutoriale specific Studii de caz/ Dezbateri	



8.2 Bibliografie

- Aaker D. A. 1996 (1996), Building Strong Brands, New York: The Free Press.
- Baker M. J. (1998), Macmillan Dictionary of Marketing & Advertising, London: Macmillan Business.
- Blummer H. (1969), Symbolic Interactionism, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bogart L. (1996), Strategy in Advertising – Matching Media and Messages to Markets and Motivations, Lincolnwood: NTC Business Books.
- Bonnange C.; Thomas C. (1999), Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară, București: Trei.
- Borțun, Dumitru, Bazele epistemologice ale comunicării, Editura Ars Docendi, București 2002
- Brech, E. F. (1953), Principles of Marketing, New York: Routledge.
- Cazacu T. S. (2000), Strategii Comunicative și manipulare, Iași: Polirom.
- Chelcea S.; Marginean I.; Cauc I. (1998), Cercetarea sociologică, Deva: Destin.
- Cooley C.H. (1956), Social Organization, Glencoe: The Free Press.
- Dabner David, Desin grafic, Ed. Enciclopedia RAO, București, 2005
- Dîncu V. S. (1999), Comunicarea Simbolică. Arhitectura discursului publicitar, Cluj Napoca: Dacia.
- DeFleur M. L.; Ball S. R. (1999), Teorii ale Comunicării de Masă, Iași: Polirom.
- Dragan, I. (1996), Paradigme ale Comunicării de Masă, București:
- Engel J. F.; Warshaw M. R.; Kinnear T. C. (1997),
Promotional Strategy: Managing The Marketing Communications Process, Boston: Homewood.
- Guyot J (1992), L’Ecrain publicitaire, Paris: L’Hartman.
- Hollis, Richard, (1994), Graphic Design, A Concise History, Thames&Hudson Ltd. London,
- Juganaru M. (1998), Teorie și practică în cercetarea de marketing, București: Expert.
- Kapferer J. N. (1995), Căile Persuasiunii, București: I.N.I.
- Kotler P. (1998), Managementul marketingului, București: Teora.
- Le Roy Wilson S. (1993), Mass Media /Mass Culture: An Introduction, New York: Mc Graw-Hill.
- McQuail, D. (1990), Mass Communication Theory, London: Sage Publications.
- Meltzer B.N., Petras J.W., Reynolds L.T. (1975), Symbolic Interactionism. Genesis. Varietism and Criticism, London: Routledge and Kegan Paul.
- Miron M. A. (1996), Comportamentul Consumatorului, București: All.
- Moldoveanu M. (1995), Psihologia reclamei, București: Libra.
- Nicola, Mihaela; Petre, Dan, Publicitate, Editura SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice, București, 2001
- Ogilvy D. (1997), An Autobiography, USA: John Wiley & Sons Inc.
- Ogilvy D. (1999), Ogilvy on Advertising, Italy: Prion Books Ltd.
- O’Guinn T.; Allen T.; Semenik R. (1998), Advertising, South Western College Publishing.
- Roland Barthes R. (1997), Mitologii, Iași: Institutul European.
- Van Cuilenburg, J. J.; Scholten O.; Numen G.W. (1998), Știința Comunicării, București: Humanitas.
- *** (1998), Mesurer l’efficacité de la publicité, Paris: Les Editions d’organisation Thames and Hudson, London, 1993

8.3 Seminar	Metode de predare	Observații
-	-	-
8.4 Bibliografie		
-		
8.5 Laborator	Metode de predare	Observații
-	-	-



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

8.6 Bibliografie		
-		
8.7 Proiect	Metode de predare	Observații
Proiect de specialitate P1 Proiect de specialitate P2 Proiect de specialitate P3 Proiect de specialitate P4	Corectura individuală/ Dezbateri	ateliere, dialog interactiv, corectura
8.8 Bibliografie		
Dabner David, Desin grafic, Ed. Enciclopedia RAO, București, 2005 Dîncu V. S. (1999), Comunicarea Simbolică. Arhitectura discursului publicitar, Cluj Napoca: Dacia. DeFleur M. L.; Ball S. R. (1999), Teorii ale Comunicării de Masă, Iași: Polirom. *** (1998), Mesurer l'efficacité de la publicité, Paris: Les Editions d'organisation Thames and Hudson, London, 1993 Hollis, Richard, (1994), Graphic Design, A Concise History, Thames&Hudson Ltd. London		

* *temele de curs și seminar/laborator trebuie să acopere în întregime obiectivele specifice formulate la secțiunea 7.2.*

* *temele abordate la curs și cele de la seminar pot fi proiectate atât în relație de complementaritate, cât și/sau în relație de aprofundare a tematicii.*

* *este recomandabil ca elaborarea fișei disciplinei să fie făcută în echipă de către titularul de curs și cel de seminar/laborator, eventual de către toți titularii aceleiași discipline, acolo unde mai multe persoane predau aceeași disciplină.*

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

<ul style="list-style-type: none">• Cursul realizează elaborarea soluțiilor de comunicare eficiente pentru proiect, în baza instrumentelor de analiză și de evaluare pertinente, a studiilor interdisciplinare și a cercetărilor aplicative utile optimizării procesului de design grafic.• Aplicarea unor principii de comunicare, în relație cu identitatea, necesitățile și experiența culturală a grupului țintă vizat.• Se insistă pe formarea unei atitudini specifice unui intelectual activ într-o societate bazată pe cunoaștere

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1 Curs	Cunoașterea , noțiunilor legate de utilizarea corectă a limbajului de specialitate; Valorificarea bibliografiei în proiecte și referate.	Evaluare pe parcurs care constă în expunerea conținutului tematic de către student și susținerea soluțiilor abordate	20%
10.2 Seminar	-	-	-
10.3 Laborator	-	-	-



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

10.4 Proiect	Tehnicile utilizate Acuratețea rezentării și a proiectului; Originalitate în abordările tematice	Evaluări pe parcursul semestrului, la termenele de finalizare a proiectelor aferente fiecărei teme de curs și atelier. Notarea fiecărui proiect corespunzător temelor de curs și atelier Proiectul final	80%
10.5 Standard minim de performanță Realizarea a cel puțin unui proiect aferent fiecărei teme de curs și lucrări practice propuse În condițiile neprezentării proiectelor de semestru nu se acceptă măriri de notă;			

11. Rezultatele învățării

CP1. Identifică nevoile clienților, definește abordarea artistică, respectă documentul informativ transmis de client. CP 2. Interpretează nevoia de ilustrare, alege stiluri de ilustrare, utilizează suite de software creative, convertește schite brute în schite virtuale, respecta formatele de publicare.

Data completării
2025-09-25

Semnătura titularului de curs
dr. Nicula Raluca-Iulia

Semnătura titularului de seminar
dr. Nicula Raluca-Iulia

Data avizării în departament
2025-10-03

Semnătura directorului de departament
Lector dr. Maria Tămășan