

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din București
1.2. Facultatea	ISTORIE
1.3. Departamentul	Istorie antică, Arheologie și Istoria Artei
1.4. Domeniul de studii	Istorie
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii	Istoria Artei

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Arta publicitară						
2.2. Titularul activităților de curs	Dr. Alexandru Vasiliu						
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	Op.

3. Timpul total estimat

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	3.2. Din care Curs	1	3.3. Seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	3.5. Din care Curs	14	3.6. Seminar	14
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminare/ laborator, teme, referate, portofolii și eseuri					6
Tutorat					
Alte activități					
3.7. Total ore de studiu individual					22
3.8. Total ore pe semestru					50
3.9. Număr de credite					2

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. Rezultatele învățării

Nr. Rez.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
R3	Studentul/absolventul descrie și clasifică conceptele fundamentale și terminologia specifică privind evenimentele și fenomenele istorice în funcție de epocă și spațiu.	Studentul/absolventul aplică conceptele istorice și utilizează terminologia potrivită pentru analizarea evenimentelor și contextelor specifice, din perspectiva temporală și geografică.	Studentul/absolventul formulează interpretări argumentate ale fenomenelor istorice, folosind în mod adecvat terminologia de specialitate.

R4	Studentul/absolventul descrie într-o manieră coerentă principalele caracteristici ale stilurilor și curentelor artistice în variate epoci istorice	Studentul/absolventul face conexiuni între evoluțiile socio-istorice și cele estetice	Studentul/absolventul gândește analitic, elaborează idei și raționamente complexe pentru a le evalua validitatea și a le îmbunătăți.
R6	Studentul/absolventul poate dezvolta concepte și teorii noi, formulează evaluări axiologice privitoare la operele de artă.	Studentul/absolventul formulează argumente solide, utilizând o metodologie specifică istoriei artei.	Studentul/absolventul formulează interpretări argumentate ale operelor de artă, folosind în mod adecvat metodologia de specialitate.

7. Conținuturi

7.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv: contextul modernității târzii în cadrul manifestării vizuale a sistemelor de configurații politice, economice și culturale contemporane, conferind un rol din ce în ce mai important tehnicilor diseminării vizuale a informațiilor politice și economice. Prin acest proces au fost generate noi tipologii de relaționare socială și concepte culturale. 2. Bunuri consumabile: produse alimentare de toate tipologiile, incluzând noua industrie a fast-food-ului și a conservelor, băuturi răcoritoare, băuturi alcoolice, țigări, produse de igienă personală și de înfrumusețare, produse de igienă exterioară. Caracterul simbolic și post-utilitar al unora dintre acestea. 3. Electrocasnicele și asigurarea confortului cotidian. Electronicele ca factori de facilitare a diseminării informaționale și tehnologice; dezvoltarea dimensiunii agrementului individual și extinderea sferei spațiului privat. 4. Mijloace de transport individual și general: automobile, motociclete, autobuze, trenuri, utilitare, transport aerian. Automobilele ca bunuri poziționale, extensii simbolice (post-utilitare) ale statutului social și mobilității, etaloane ale deținerii capitalului financiar și social. 5. Arhitectura, designul exterior și interior ca repere ale aplicării principiilor structurale și estetice ale funcționalismului modernist: clădiri publice, rezidențiale, suburbiile ca sisteme unitare, case, mobilier, grădini. 6. Conceptualizarea optimistă a viitorului, ideea de progres continuu, caracterizat de raționalitate extinsă, ameliorarea spectaculoasă a calității vieții și existența tehnologiilor avansate, diseminate la nivelul întregii societăți. Explorarea spațiului și colonizarea planetelor din cadrul sistemului solar și din exteriorul acestuia, cu implicațiile aferente în aria tehnologică, socială și estetică (arta cu tematică futuristă), fenomen influențat de competiția cu Uniunea Sovietică. 7. Menținerea clișeele asociative și a rolurilor prestabilite ale femeilor, dar, paradoxal, și ale bărbaților. Emanciparea feminină vs. formele obiectificării feminine. Situația problematică a minorităților etnice și sexuale; acceptarea graduală a celor etnice comparativ cu cele sexuale. Articole vestimentare, stiluri de prezentare a corpului, diversificarea	Prezentarea, discutarea, contextualizarea socio-culturală și economică, alături de analizarea unui set variat de imagini (între aproximativ 450 și 650 pentru fiecare curs, depinzând de tematica specifică) și filme publicitare (între 5 și 10 pentru fiecare curs, de durate variate, între circa 2 min. și 15 min., în funcție de tematică), încadrate în repere estetice realiste sau moderniste, produse în Statele Unite (completate, în funcție de tematică, de exemple vizuale realizate în Uniunea Sovietică și, în cazul curentului <i>vaporwave</i>, la nivel global), în special în intervalul 1945–1985.	

și proliferarea conceptului de modă într-un cadru social mai larg.		
8. Arta lui Andy Warhol ca discurs estetic corelat reperelor materiale și ideologice ale societății americane postbelice: consumerism, hipercomercializare, standardizare, serializare, repetiție, ironie.		
9. Arta hiperrealistă produsă de Duane Hanson ca metodă de expunere a vieții cotidiene în Statele Unite și relația acesteia cu constructele discursului dominant: concepție neutră, prin transpunerea în artă a unei „noi obiectivități”, sau critică socială a clivajului dintre realitate și arta publicitară/mass-media oficială, ideologie și propagandă capitalistă? Comentariile estetice dezvoltate în aceeași perioadă de către Roy Lichtenstein.		
10. Banda desenată, publicistica „pulp” și animația americană postbelică – fațetele ambivalente ale unei ample producții vizuale: cultură populară, divertisment, propagandă; „epoca de aur” (1938–1956) și cea „de argint” (1956–1970).		
11. Reperete experimentale conceptuale și estetice manifestate în cadrul artei sovietice avangardiste (1917–1932), ca alternativă epistemic-vizuală în raport cu arta comercială publicitară capitalist–consumeristă.		
12. Curentul estetic <i>vaporwave</i> ca fenomen sintetizator al fazei postmoderne — nostalgie, melancolie, ironie, contradicție, fetișism, critică, utopia capitalistă eșuată.		
13. Dimensiunea psihologică a hiperrealității și hipervizualității în contextul transformări acceleraționiste contemporane și crizei capitalismului în postmodernitate: narcisism, construcții identitare, capital simbolic, competiție, simulare, simulacru.		

Bibliografie orientativă

Cărți:

James T. ANDREWS, Asif A. SIDDIQI (eds.) – *Into the Cosmos: Space Exploration and Soviet Culture*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2011.

Brian ASH (ed.) – *The Visual Encyclopedia of Science Fiction*, New York: Harmony Books, 1977.

James T. ANDREWS, Asif A. SIDDIQI (eds.) – *Into the Cosmos: Space Exploration and Soviet Culture*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2011.

Edwin BACON, Mark SANDLE (eds.) – *Brezhnev Reconsidered*, Basingstoke, Hampshire & New York: Palgrave Macmillan, 2002.

Jean BAUDRILLARD – *Simulacra and Simulation*, Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press, 1994.

Jean BAUDRILLARD – *America*, London & New York: Verso, 1996.

Arthur Asa BERGER – *Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society*, Lanham, New York, Toronto, Plymouth: Rowman & Littlefield, 2011.

Georgina BORN, Christopher HAWORTH – "From Microsound to Vaporwave: Internet-Mediated Musics, Online Methods, and Genre", *Music and Letters*, Vol. 98, No. 4, Nov. 2017, Oxford University Press.

Philip CAVENDISH – *The Men with the Movie Camera: The Poetics of Visual Style in Soviet Avant-Garde Cinema of the 1920s*, New York & Oxford: Berghahn Books, 2013.

Natalya CHERNYSHOVA – *Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era*, London & New York: Routledge, 2013.

Jacques DERRIDA – *Specters of Marx: The State of Debt, the Work of Mourning and the New International*, New York & London: Routledge Classics, 2006.

Mark FISHER – *Ghosts of My Life: Writings on Depression, Hauntology and Lost Futures*, Winchester, UK & Washington, USA: Zero Books, 2014.

Joan GIBBONS – *Art and Advertising*, London & New York: I. B. Tauris, 2005.

GUGGENHEIM MUSEUM – *The Great Utopia: The Russian and Soviet Avant-Garde, 1915–1932*, New York: The Solomon R. Guggenheim Foundation, 1992.

Martin HALLIWELL – *American Culture in the 1950s*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007.

Philip HANSON – *Advertising & Socialism: A Study of the Nature and Extent of Consumer Advertising in the Soviet Union, Poland, Hungary and Yugoslavia*, London & New York: Palgrave Macmillan, 1974.

Klaus HONNEF – *Andy Warhol: Commerce into Art*, Köln, London & New York: Taschen, 2000.

Alison HULME (ed.) – *Consumerism on TV: Popular Media from the 1950s to the Present*, Farnham, Surrey & Burlington, Vermont: Ashgate, 2015.

Fredric JAMESON – *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham: Duke University Press, 1991.

Anselm JAPPE – *The Self-Devouring Society: Capitalism, Narcissism, and Self-Destruction*, New York & Philadelphia: Common Notions, 2023.

Pamela KACHURIN – *Making Modernism Soviet: The Russian Avant-Garde in the Early Soviet Era, 1918–1928*, Evanston, IL: Northwestern University Press, 2013.

Will KAUFMAN – *American Culture in the 1970s*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.

Mark LANDSMAN – *Dictatorship and Demand: The Politics of Consumerism in East Germany*, Cambridge, Massachusetts & London: Harvard University Press, 2005.

Tom LEWIS – "The Politics of "Hauntology" in Derrida's Spectres of Marx", *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, Vol. 9, No. 3, 1996.

Conrad LODZIAK – *The Myth of Consumerism*, London & Sterling, Virginia: Pluto Press, 2002.

Timothy MAGA – *The 1960s*, New York: Facts on File, 2003.

Eva MAURER, Julia RICHES, Monica RÜTHERS & Carmen SCHEIDE (eds.) – *Soviet Space Culture: Cosmic Enthusiasm in Socialist Societies*, Basingstoke & New York: Palgrave MacMillan, 2011.

Sharon MONTEITH – *American Culture in the 1960s*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008.

Andrew NETTE, Iain MCINTYRE (eds.) – *Sticking It to the Man: Revolution and Counterculture in Pulp and Popular Fiction, 1950 to 1980*, Oakland, CA: PM Press, 2020.

Ruth OLDENZIEL, Karin ZACHMANN (eds.) – *Cold War Kitchen: Americanization, Technology, and European Users*, Cambridge, Massachusetts & London: The MIT Press, 2009.

Anne ROONEY – *Costume and Fashion Source Books. The 1950s and 1960s*, Hove: Bailey Publishing, 2009.

Lawrence R. SAMUEL – *Brought to You By: Postwar Television Advertising and the American Dream*, Austin: University of Texas Press, 2001.

Richard A. SCHWARTZ – *The 1950s*, New York: Facts on File, 2003.

Sharon SCHEMBRI, Jac TICHBON – "Digital Consumers as Cultural Curators: The Irony of Vaporwave", *Arts and the Market*, Vol. 7, No. 2, 2017, Emerald Publishing.

Eric SHANES – *Pop Art*, New York: Parkstone Press, 2009.

Simon STANDER – *Narcissism and the Fractionalization of the Individual* in Paul ZAREMBKA (ed.) *Why Capitalism Survives Crises: The Shock Absorbers*, Leeds: Emerald Publishing, 2009.

Peter N. STEARNS – *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*, New York & London: Routledge, 2006.

Heon STEVENSON – *American Automobile Advertising, 1930-1980: An Illustrated History*, Jefferson, North Carolina & London: McFarland & Company, 2008.

Grafton TANNER – *Babbling Corpse: Vaporwave and the Commodification of Ghosts*, Winchester, UK & Washington, USA: Zero Books, 2016.

Timo VIHAVAINEN, Elena BOGDANOVA (eds.) – *Communism and Consumerism: The Soviet Alternative to the Affluent Society*, Leiden & Boston: Brill, 2015.

Nancy A. WALKER (eds.) – *Women's Magazines, 1940–1960: Gender Roles and the Popular Press*, Boston: Palgrave Macmillan, 1998.

Steven WATSON – *Factory Made: Warhol and the Sixties*, New York: Pantheon Books, 2003.

Article:

Erika DOSS – "Duane Hanson's 'Woman Eating'", *American Art*, Vol. 20, No. 2, Summer 2006, University of Chicago Press.

Warren DOTZ, Elizabeth ZERLIN – "Duane Hanson: Reality as Art – Super Realist Reproductions of the Skin and Human Form", *The American Journal of Dermatopathology*, Vol. 4, No. 1, February 1982.

Marian MAZZONE – "Andy Warhol: Computational Thinking, Computational Process", *Leonardo*, Vol. 53, No. 2, April 2020, MIT University Press.

Surse imagini arhive electronice:

Prelinger Archives: <https://archive.org/details/prelinger>

Arhiva revistei *Popular Mechanics*: <https://archive.org/details/popularmechanics>

Arhiva revistei *Galaxy Magazine*: <https://archive.org/details/galaxymagazine>

Arhiva revistei *Sovetskoe Foto*: https://archive.org/details/sovetskoe_foto

Arhiva Ad*Access din cadrul colecțiilor Duke University: <https://repository.duke.edu/dc/adaccess>

Arhiva AdViews din cadrul colecțiilor Duke University: <https://repository.duke.edu/dc/adviews>

Arhiva J. Walter Thompson din cadrul colecțiilor Duke University: <https://repository.duke.edu/dc/jwtfordmotorads>

Arhiva *Resource of Outdoor Advertising Descriptions (ROAD)* din cadrul colecțiilor Duke University:
<https://repository.duke.edu/dc/outdooradvertising>

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

9. Evaluare

Tip de activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Prezența și participarea activă la curs.	Întrebări, dezbateri și analize tematice.	10%
	Înțelegerea conținuturilor descriptive și analitice corelate ariei tematice a cursului.	Colocviu	90%
9.5. Seminar			
Standard minimum de performanță	Nota 5 la colocviu		

Data Completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

29.09.2025

**Data avizării în
departament**

01.10.2025

**Semnătura Directorului de
Departament**