

FIȘA DISCIPLINEI
IMAGINE ȘI PUBLICITATE ÎN ACTIVITĂȚILE SPORTIVE
ANUL UNIVERSITAR 2025-2026

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT
1.3 Departamentul	JOCURI SPORTIVE
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚA SPORTULUI ȘI EDUCAȚIEI FIZICE
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studiu / Calificarea	MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR ȘI ACTIVITĂȚILOR SPORTIVE - PROFESOR
1.7 Forma de învățământ	ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		IMAGINE ȘI PUBLICITATE ÎN ACTIVITĂȚILE SPORTIVE					Cod	YMR2048
2.2 Titularul activităților de curs			Prof.univ.dr. GOMBOȘ LEON					
2.3 Titularul activităților de seminar			Prof.univ.dr. GOMBOȘ LEON,					
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OB	

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/LP	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/LP	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					8
Alte activități:					6
3.7 Total ore studiu individual	94				
3.8 Total ore pe semestru	56				
3.9 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Sală de curs dotată cu aparatură de videoproiecție
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	• Comunicarea civilizată, punctualitatea, participarea activă și colaborarea sunt esențiale pentru un mediu educațional productiv.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Elaborarea și implementarea strategiilor de imagine pentru organizații sportive Capacitatea de a analiza identitatea vizuală a unui club/organizații sportive și de a construi o strategie coerentă de brand, care să includă elemente grafice, mesaje-cheie și valori reprezentative. 2. Proiectarea și promovarea campaniilor publicitare pentru evenimente sportive Dezvoltarea de concepte creative și planuri de comunicare pentru promovarea competițiilor, evenimentelor sau produselor sportive, utilizând canale media tradiționale și digitale. 3. Crearea de conținut vizual și multimedia adaptat domeniului sportiv Realizarea de materiale grafice, video și foto cu impact vizual, care să susțină imaginea publică a sportivilor, cluburilor și sponsorilor. 4. Gestionarea comunicării și relației cu mass-media în context sportiv Organizarea de conferințe de presă, redactarea de comunicate, coordonarea relațiilor cu jurnaliștii și gestionarea situațiilor de criză privind imaginea sportivă. 5. Utilizarea platformelor de social media pentru promovarea imaginii sportive Capacitatea de a administra conturi de social media, de a crea campanii targetate și de a interacționa eficient cu publicul, în scopul consolidării comunității și creșterii vizibilității.
Competențe transversale	1. Gândirea critică și capacitatea de analiză a mesajelor vizuale și mediatice <i>Dezvoltarea aptitudinilor de evaluare a impactului vizual și emoțional al campaniilor de imagine și publicitate, cu accent pe discernământ și interpretare creativă.</i> 2. Lucrul în echipă și colaborarea interdisciplinară <i>Capacitatea de a colabora eficient cu profesioniști din domenii precum sportul, designul grafic, marketingul și media, în vederea realizării unor proiecte integrate.</i> 3. Comunicare eficientă în contexte profesionale diverse <i>Dezvoltarea abilităților de exprimare clară, coerentă și adaptată publicului țintă, atât în formă scrisă, cât și orală, inclusiv în medii digitale.</i> 4. Adaptabilitate și gestionarea eficientă a timpului în proiecte publicitare <i>Capacitatea de a respecta termenele limită și de a se adapta rapid la schimbări, priorități sau cerințe noi în activitățile de promovare sportivă.</i> 5. Utilizarea responsabilă și etică a informației și a resurselor digitale <i>Conștientizarea importanței eticii în comunicare, respectarea drepturilor de autor și gestionarea responsabilă a imaginii sportivilor și a brandurilor implicate.</i>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare conceperii, promovării și gestionării imaginii în domeniul sportiv, prin utilizarea mijloacelor de publicitate, comunicare vizuală și marketing, în scopul creșterii vizibilității și atractivității activităților sportive.</i>
7.2 Obiectivele specifice	• Identificarea și explicarea conceptelor-cheie legate de imagine, brand, publicitate și comunicare în sport, în vederea înțelegerii mecanismelor care contribuie la promovarea sportivilor, a evenimentelor și a organizațiilor sportive. • Analiza și evaluarea strategiilor de imagine și publicitate utilizate în activitățile sportive, prin studii de caz și exemple reale, pentru a evidenția bune practici și posibile erori de comunicare. • Crearea de materiale promoționale (afișe, spoturi, postări social media, etc.) adaptate publicului țintă din domeniul sportiv, folosind instrumente de bază din design și marketing digital. • Dezvoltarea capacității de colaborare și planificare în cadrul unor proiecte de imagine și publicitate sportivă, în echipe interdisciplinare, respectând principiile etice și deontologice ale comunicării.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Introducere în imagine și publicitate în sport	Curs interactiv	2 ore
Brandul sportiv	Curs interactiv	2 ore
Strategii de publicitate în sport	Curs interactiv	4 ore
Publicitatea prin sportivi și ambasadori de brand	Curs interactiv	4 ore
Publicitatea în evenimentele sportive	Curs interactiv	6 ore
Influencerii și publicitatea pe rețelele sociale	Curs interactiv	6 ore
Etica în publicitatea sportivă	Curs interactiv	4 ore
		Total 28 ore

Bibliografie

1. **GOMBOȘ, L.** (2012), Comunicare în activitățile sportive, Cluj-Napoca, Casa Cărții de Știință
2. **GOMBOȘ, L.** (2014), Imagine și publicitate în activitățile de agrement în turism, Suport de curs FEFS, UBB, Cluj-Napoca
3. **MIRON M. A.** (1996), Comportamentul Consumatorului, București, All.
4. **MOLDOVEANU M.** (1995), Psihologia reclamei, București, Libra.
5. **STĂNILĂ, A.** (2014), Imaginea în sport. Managementul imaginii sportivilor și al organizațiilor sportive, București, Editura Bren

8.2 Seminar / LP	Metode de predare	Observații
Definirea conceptelor de Imagine și publicitate, relația dintre sport și mass-media.	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
Noțiunea de brand în context sportiv, construirea și consolidarea unui brand sportiv	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
Sponsorizarea și asocierea cu brandurile sportive. Campanii de publicitate de succes în sport.	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
Managementul imaginii sportivilor în publicitate	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
Impactul televiziunii și a transmisiunilor live asupra publicității sportive	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
Strategii de publicitate în platformele sociale	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
Provocări și controverse în publicitatea în sport. Publicitatea responsabilă.	Participare activă, grupe de lucru, proiecte	4 ore
		Total 28 ore

Bibliografie

1. **GOMBOȘ, L.** (2012), Comunicare în activitățile sportive, Cluj-Napoca, Casa Cărții de Știință
2. **GOMBOȘ, L.** (2014), Imagine și publicitate în activitățile de agrement în turism, Suport de curs FEFS, UBB, Cluj-Napoca
3. **MIRON M. A.** (1996), Comportamentul Consumatorului, București, All.
4. **MOLDOVEANU M.** (1995), Psihologia reclamei, București, Libra.
5. **STĂNILĂ, A.** (2014), Imaginea în sport. Managementul imaginii sportivilor și al organizațiilor sportive, București, Editura Bren

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

Conținutul disciplinei este coroborat așteptările reprezentanților comunității, a asociațiilor profesionale și angajatorilor (Inspectoratul Școlar Județean, Cluburile și asociațiile sportive, Federațiile sportive naționale respectând cerințele din domeniul imaginii și publicității.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Explicarea corectă a conceptelor și noțiunilor specifice imaginii și publicității	Evaluare scrisă	30%
	Cunoașterea și prezentarea principalelor noțiuni legate de imagine și publicitate în activitățile de sportive	Evaluare scrisă	30%
10.5 Seminar	Activitate individuală în cadrul grupurilor de lucru	Evaluare practică	20%
	Prezentarea în fața colectivului a proiectelor tematice	Evaluare practică	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea, înțelegerea și operarea cu noțiunile principale din domeniul imaginii și publicității, brandul sportiv, sponsorizarea, managementul imaginii sportivilor, precum și capacitatea de a concepe strategii de publicitate în domeniul sportului.			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă						
							

Data completării
04.04.2025

Semnătura titularului de curs
Prof.univ.dr. GOMBOȘ LEON

Semnătura titularului de seminar
Prof.univ.dr. GOMBOȘ LEON

Data avizării în departament
25.04.2025

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. BACIU Marius Alin