

FIȘA DISCIPLINEI

IMAGINE ȘI PUBLICITATE ÎN ACTIVITĂȚILE SPORTIVE

Anul universitar 2026-2027

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA BABES BOLYAI
1.2. Facultatea	FACULTATEA DE EDUCATIE FIZICA SI 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 studii / Calificarea	MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR ȘI ACTIVITĂȚILOR SPORTIVE ABSOLVENT DE MASTER
1.7. Forma de învățământ	ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Imagine și Publicitate în Activitățile Sportive			Codul disciplinei	YMR2048
2.2. Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Leon GOMBOȘ				
2.3. Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr. Leon GOMBOȘ				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	Examen
2.7. Regimul disciplinei	Obligativu		2.8. Tipul disciplinei	Disciplină de specializare (DS)	

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/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat (consiliere profesională)					10
Examinări					15
Alte activități					4
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				94	
3.8. Total ore pe semestru				150	
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	Comportament civilizat. Punctualitatea și colaborarea sunt esențiale pentru un mediu educațional productiv.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	<i>Participare Activă:</i> Este obligatorie participarea activă la activitățile didactice după cum urmează: Minim 50% prezență la cursurile teoretice și minim 80% prezență la seminare. Absențele nejustificate vor fi sancționate. În cazul absențe-lor justificate, studenții trebuie să prezinte dovezi corespunzătoare.

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP1	Capacitatea de proiectare, elaborare și de implementare a strategiilor economice și manageriale pentru rentabilizarea organizațiilor sportive;
CP3	Capacitatea de a coopera eficient în echipe de lucru profesionale interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul Managementului sportiv și al Educației fizice și sportului;
CP5	Capacitatea de a înțelege și de a respecta imperativele de legalitate, etică și deontologie ale profesiei;
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT3	Capacitatea de a utiliza în mod adecvat strategiile specifice managementului organizațiilor și al activităților sportive în scopul dezvoltării cognitive și socioeconomice;

6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

Rezultatele învățării vizate prin disciplină		
Codul competenței	Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)	Abilități academice specifice (Specific academic skills)
CP1	Studentul/absolventul explică concepte și modele economice și manageriale aplicabile organizațiilor sportive; Cunoaște mecanismele de creștere a eficienței și rentabilității în sport.	Studentul/absolventul proiectează și implementează strategii economice și manageriale; Evaluează impactul deciziilor manageriale asupra performanței organizației sportive.
CP3	Studentul/absolventul cunoaște principiile lucrului în echipă și ale colaborării interdisciplinare.	Studentul/absolventul cooperează eficient în echipe profesionale interdisciplinare; Contribuie la dezvoltarea proiectelor și programelor sportive.
CP5	Studentul/absolventul cunoaște cadrul legislativ, etic și deontologic al profesiei. Explică obligațiile legale și morale în managementul sportiv.	Studentul/absolventul aplică legislația și normele etice în activitatea profesională. Gestionează situații sensibile din punct de vedere etic.
CT3	Studentul/absolventul explică strategiile specifice managementului organizațiilor și al activităților sportive. Cunoaște impactul managementului sportiv asupra dezvoltării cognitive și socioeconomice.	Studentul/absolventul aplică strategii manageriale în gestionarea organizațiilor și activităților sportive. Corelează deciziile manageriale cu obiectivele de dezvoltare socioeconomică.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul explică noțiunile, conceptele și modelele fundamentale privind imaginea, comunicarea și publicitatea în domeniul sportiv, în relație cu principiile economice și manageriale aplicabile organizațiilor sportive.
2. Studentul identifică și descrie mecanismele prin care activitățile de imagine și publicitate contribuie la creșterea eficienței, vizibilității și rentabilității organizațiilor sportive.
3. Studentul demonstrează cunoașterea principiilor colaborării interdisciplinare și ale lucrului în echipă în realizarea campaniilor de promovare, comunicare și consolidare a imaginii în sport.
4. Studentul explică cadrul legislativ, etic și deontologic specific activităților de imagine și publicitate în sport, precum și implicațiile acestuia asupra managementului organizațiilor și activităților sportive.

Abilități academice specifice (Specific academic skills)

- 1. Studentul analizează** imaginea unei organizații sportive și utilizează concepte și instrumente specifice pentru elaborarea unor materiale academice, studii de caz și prezentări în domeniul promovării sportive.
- 2. Studentul elaborează** strategii de comunicare și publicitate pentru organizații sau evenimente sportive, adaptate obiectivelor manageriale, publicului-țintă și contextului socio-economic.
- 3. Studentul aplică** principii de lucru în echipă și colaborare interdisciplinară în proiectarea unor campanii de imagine și promovare sportivă, argumentând rolul fiecărui factor implicat.
- 4. Studentul evaluează critic** acțiuni și mesaje publicitare din domeniul sportiv din perspectiva eficienței manageriale, a impactului socio-economic și a respectării normelor legale, etice și deontologice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Introducere în imagine și publicitate în sport	Curs interactiv	Aspecte teoretice
Brandul sportiv	Curs interactiv	Aspecte teoretice
Strategii de publicitate în sport	Curs interactiv	Aspecte teoretice
Publicitatea prin sportivi și ambasadori de brand	Curs interactiv	Aspecte teoretice
Publicitatea în evenimentele sportive	Curs interactiv	Aspecte teoretice
Influencerii și publicitatea pe rețelele sociale	Curs interactiv	Aspecte teoretice
Etica în publicitatea sportivă	Curs interactiv	Aspecte teoretice

TOTAL 28 ore

Bibliografie curs

- GOMBOȘ, L. (2012), Comunicare în activitățile sportive, Cluj-Napoca, Casa Cărții de Știință
- GOMBOȘ, L. (2014), Imagine și publicitate în activitățile sportive, Suport de curs FEFS, UBB, Cluj-Napoca
- HOYE, R., & PARENT, M. M. (2016). The Sage handbook of sport management. Sage Publications.
- MIRON M. A. (1996), Comportamentul Consumatorului, București, All.
- MOLDOVEANU M. (1995), Psihologia reclamei, București, Libra.
- REIN, I., KOTLER, P., & SHIELDS, B. (2006). The elusive fan: Reinventing sports in a crowded marketplace. McGraw Hill.
- STĂNILĂ, A. (2014), Imaginea în sport. Managementul imaginii sportivilor și al organizațiilor sportive, Editura Bren

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Definirea conceptelor de Imagine și publicitate, relația dintre sport și mass-media.	Participare activă	Delimitări conceptuale
Noțiunea de brand în context sportiv, construirea și consolidarea unui brand sportiv	Participare activă	Studii de caz. Discuții, problematizare
Sponsorizarea și asocierea cu brandurile sportive. Campanii de publicitate de succes în sport.	Participare activă	Studii de caz. Discuții, problematizare
Managementul imaginii sportivilor în publicitate	Participare activă	Discuții, problematizare
Impactul televiziunii și a transmisiunilor live asupra publicității sportive	Participare activă	Studii de caz. Discuții, problematizare
Strategii de publicitate în platformele sociale	Participare activă	Discuții, problematizare
Provocări și controverse în publicitatea în sport. Publicitatea responsabilă.	Participare activă	Studii de caz. Discuții, problematizare

TOTAL 28 ore









Bibliografie Seminar

- GOMBOȘ, L. (2012), Comunicare în activitățile sportive, Cluj-Napoca, Casa Cărții de Știință
- GOMBOȘ, L. (2014), Imagine și publicitate în activitățile sportive, Suport de curs FEFS, UBB, Cluj-Napoca
- HOYE, R., & PARENT, M. M. (2016). The Sage handbook of sport management. Sage Publications.
- MIRON M. A. (1996), Comportamentul Consumatorului, București, All.
- MOLDOVEANU M. (1995), Psihologia reclamei, București, Libra.
- REIN, I., KOTLER, P. SHIELDS, B. (2006). The elusive fan: Reinventing sports in a crowded marketplace. McGraw Hill.
- STĂNILĂ, A. (2014), Imaginea în sport. Managementul imaginii sportivilor și al organizațiilor sportive, Editura Bren

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Explicarea corectă a conceptelor și noțiunilor specifice imaginii și publicității	Evaluare scrisă	60%
	Cunoașterea și prezentarea principalelor noțiuni legate de imagine și publicitate în activitățile sportive		
9.5 Seminar/laborator	Activitatea individuală în cadrul grupurilor de lucru	Evaluare practică	40%
	Prezentarea în fața colectivului a proiectelor tematice		
9.6 Standard minim de promovare			
1. 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.			

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

 Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă								
 1 FĂRĂ SĂRĂCIE	 2 FOAME ZERO	 3 SĂNĂTATE ȘI BUNĂSTARE	 4 EDUCAȚIE DE CALITATE	 5 EGALITATE DE GEN	 6 APĂ CURATĂ ȘI SĂNĂTATE	 7 ENERGIE CURATĂ ȘI LA PREȚURI ACCESIBILE	 8 MUNCĂ DECENTĂ ȘI CREȘTERE ECONOMICĂ	 9 INDUSTRIE, INOVAȚIE ȘI INFRASTRUCTURĂ
		X	X					
 10 INEGALITĂȚI REDUSE	 11 ORAȘE ȘI COMUNITĂȚI DURABILE	 12 CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILE	 13 ACȚIUNE CLIMATICĂ	 14 VIAȚA ACVATICĂ	 15 VIAȚA TERESTRĂ	 16 PACE, JUSTIȚIE ȘI INSTITUȚII EFICIENTE	 17 PARTENERIATE PENTRU REALIZAREA OBIECTIVELOR	Nu se aplică nici o etichetă

Data completării:
20.04.2026

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

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

Data avizării în departament:
30.04.2026

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