



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Analiză și Strategie de Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PUBLICITATE						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Țugulea Carmen-Oana						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Țugulea Carmen-Oana						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestru	1	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	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					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					6
Examinări					8
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					119
3.8 Total ore pe semestru					175
3.9 Număr de credite					7

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing
4.2 De competențe	Marketing

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Implicarea studenților în desfășurarea cursurilor
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Prezență. Participare activă. Prezentări



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoașterea tehnicilor de creație publicitară (copywriting și machetare)</p> <p>Cunoașterea metodelor de planificarea publicitară</p> <p>Cunoașterea indicatorilor și tehnicilor de planificarea și evaluare publicitară</p> <p>Abilități de diagnoza publicitara</p> <p>Abilități de copywriting</p> <p>Abilități de machetare publicitară</p> <p>Abilități de media planning</p>
Competențe transversale	<p>Capacitatea de înțelegere a audienței țintă</p> <p>Abilități de comunicare cu piața</p> <p>Capacitatea de planificare în marketing</p> <p>Capacitatea de evaluarea a rezultatelor în marketing</p> <p>Atitudine proactivă</p> <p>Orientare către rezultate</p> <p>Viziune strategică</p>

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	<p>Formarea cunoștințelor și deprinderilor necesare proiectării, implementării și evaluării campaniilor publicitare.</p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>Însușirea tehnicilor de creație publicitară (copywriting și machetare)</p> <p>Însușirea metodelor de planificarea publicitară</p> <p>Însușirea indicatorilor și tehnicilor de planificarea și evaluare publicitară</p> <p>Formarea abilităților de diagnoza publicitara</p> <p>Formarea abilităților de copywriting</p> <p>Formarea abilităților de machetare publicitară</p> <p>Formarea abilităților de media planning</p> <p>Dezvoltarea capacității de înțelegere a audienței țintă</p> <p>Dezvoltarea abilităților de comunicare cu piața</p> <p>Dezvoltarea capacităților de planificare în marketing</p> <p>Dezvoltarea capacităților de evaluarea a rezultatelor în marketing</p>

8. Conținut



8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere în publicitate	curs interactiv	2 ore R1, S1
2.	Copywriting publicitar	curs interactiv	2 ore R1, S1
3.	Design și machetare publicitară	curs interactiv	2 ore R1, S1
4.	Design și machetare publicitară	curs interactiv	2 ore R1, S1
5.	Persuadare publicitară	curs interactiv	2 ore R1, S1
6.	Persuadare publicitară	curs interactiv	2 ore R1, S1
7.	Prezentare - bonus	curs interactiv	2 ore R1, S1
8.	Diagnoza si planificare publicitară	curs interactiv	2 ore R1, S1
9.	Diagnoza si planificare publicitară	curs interactiv	2 ore R1, S1
10.	Media planning	curs interactiv	2 ore R1, S1
11.	Media planning	curs interactiv	2 ore R1, S1
12.	Media planning	curs interactiv	2 ore R1, S1
13.	Evaluarea campaniilor publicitare	curs interactiv	2 ore R1, S1
14.	Evaluarea campaniilor publicitare	curs interactiv	2 ore R1, S1
Bibliografie Referințe principale: R1. Corneliu Munteanu, Publicitate, Suport de curs Referințe suplimentare: S1. Russel Line Kleppner, Manual de publicitate, editura Teora, București, 2002 .			
8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Comunicarea activităților notate la seminar pe parcursul semestrului. Invitare specialist în publicitate la seminar. Tema discuției: <i>Publicitatea în radio</i>	Exemple, dezbateri	2 ore R1, S1
2.	Desfășurarea activității <i>Tehnici stilistice și figurative</i> (activitate notată)	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, S1



3.	Metafora în publicitate – exemple. Segmentarea pieței – noțiuni	Exemple, dezbateri, aplicații	2 ore R1, S1
4.	Prezentarea temei <i>Segmentarea pieței produsului ales pentru proiect</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
5.	Prezentarea temei <i>Principiile designului</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
6.	Prezentarea temei <i>Trucuri de raționament I</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
7.	Prezentarea temei <i>Trucuri de raționament II</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
8.	Prezentarea primei părți a proiectului - <i>Brief-ul I</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
9.	Prezentare parte proiect - <i>Brief-ul II</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
10.	Prezentarea parte proiect - <i>Strategia rațională I</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
11.	Prezentarea parte proiect - <i>Strategia rațională II</i> (activitate notată)	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
12.	Prezentarea parte proiect - <i>Strategia emoțională I</i> (activitate notată). Predare proiect final	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
13.	Prezentarea parte proiect - <i>Strategia emoțională II</i> (activitate notată).	Exemple. Prezentare. Dezbateri	2 ore R1, S1
14.	Feedback	Feedback	2 ore R1, S1

Bibliografie**Referințe principale:**

R1. Corneliu Munteanu, Publicitate, Suport de curs

Referințe suplimentare:

S1. Russel Line Kleppner, Manual de publicitate, editura Teora, București, 2002

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținutul disciplinei este actualizat periodic în urma discuțiilor cu angajați din domeniul publicității. Oameni de afaceri din domeniul publicității sunt invitați la seminarii pentru a discuta cu studenții despre realitatea pieței.

Discuții cu absolvenții specializării angajați pe posturi cu specific publicitar pentru a determina măsura în care conținutul disciplinei vine în întâmpinarea așteptărilor pieței.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Înșușirea cunoștințelor teoretice 1. Examen – 50% 2. Bonus anunțat – 10%	Verificare scrisă	50%
10.5 Seminar / Laborator	1. prezentări teme și aplicații în ora de seminar – activități de echipă – 45 pct. 2. prezentări etape proiect – activitate de echipă – 45 pct. 3. proiect – notare de echipă – 10 pct. 4. lectură suplimentară de specialitate – bonus individual – 10 pct.	Teste, proiecte de echipă și prezentări	50%
10.6 Nota = Examen (50%) + Punctaj Seminar (50%) Condiții de promovare: Pentru a avea situația școlară încheiată, studentul trebuie să obțină un punctaj de minimum 50% din punctajul maxim alocat evaluării de la curs și un punctaj de minimum 50% din punctajul maxim alocat evaluării de la seminar. În cazul în care studentul nu îndeplinește condițiile de promovare, nu i se calculează nota finală, chiar dacă a acumulat punctaje la unele evaluări pe parcursul semestrului. Frauda (copiere/falsificare) se penalizează prin anularea integrală a punctajului aferent activității la care s-a produs fraudă (chiar dacă studentul a realizat o parte a activității în mod corect)			

Data completării
15 septembrie 2021

Titular de curs
Conf. dr. Oana ȚUGULEA

Titular de seminar
Conf. dr. Oana ȚUGULEA

Data avizării în departament
22 septembrie 2021

Director de departament
Conf. dr. Adrian NEȘTIAN