

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

PUBLICITATE

Responsabil de disciplină/modul: Corețchi B.

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.05.A.0.37	150	30	30	-	90	5	Română/ rusă/engleză
S.06.A.0.37	150	16	8	-	126	5	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu <i>de cunoaștere:</i>
	CP 1. Operarea cu concepte, teorii, metode, instrumente fundamentale de natură economico-financiară în realizarea de sarcini profesionale în entități publice și private.	<ul style="list-style-type: none"> • A cunoaște și descrie concepte, metode de evaluare a rezultatelor Macroeconomice, instrumentelor fundamentale economice utilizate în explicarea și evaluarea Indicatorilor rezultatelor Macroeconomice ,cît și cunoașterea fenomenilor și proceselor de natură macroeconomică; • A identifica și interpreta factorii care influențează echilibrele și dezechilibrele macroeconomice,cît și a politicilor de influență asupra proceselor macroeconomice. • A utiliza adecvat conceptele, teoriile, metodele, instrumentele și politicile macroeconomice, pentru soluționarea situațiilor și problemelor teoretico-practice specifice nivelului macroeconomic; • A valorifica conceptele, teoriile, metodele, instrumentele macroeconomice și informațiilor statistice în elaborarea de prognoze a evoluției dezvoltării macroeconomice în urma aplicării anumitor politici specifice în economia națională.
Conținutul disciplinei	Introducere în disciplină. Rolul comunicării în activitatea promoțională Tipuri de Publicitate. Formele și funcțiile publicității Agențiile de publicitate și clasificarea acestora Tipurile de Publicitate Neconvențională (BTL și Product Placement) Bugetarea în Publicitate Strategiile și Obiectivele Media	
Evaluarea rezultatelor	Evaluarea curentă se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual – Campanii publicitare, aprecierea în rezultatul participării la seminar Evaluarea finală- examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare. Nota generală se va determina ca o medie ponderată în modul următor: <ul style="list-style-type: none"> • evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%; • evaluare finală – 40% 	

Lucrul individual	Studentii vor elabora o Campanie publicitară cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare pe anumite tematici. Cerințele și termenele de elaborare și prezentare se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI "Lucrul individual".
Bibliografie recomandată	de bază
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bonnange, Claude, Thomas, Chantal, Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară, București, Editura Trei, 1999. 2. Corman Cristina. Relațiile publice și mass-media. Ed.: Cellegium. Polirom 2004.
	suplimentară
	Cioaric Vasile. Relații publice. Istorie, teorie, practică. Prut internațional. Chișinău.2003.

APROBAT
la ședința departamentului EMkT
din 30.08.2018
Proces verbal nr. 1/18-19

Șef departament
Maria Hămuraru, conf. univ., dr.

