

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

COMUNICARE ȘI TEHNICI PROMOȚIONALE

Responsabil de disciplină/modul: **ȚIBULEAC Ana**

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.05.A.0.44	150	30	30	-	90	5	Română/ rusă/engleză
S.07.A.0.44	150	16	8	-	126	5	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	<p>1. cunoașterea și înțelegerea practicii, teoriei aplicată și metodelor pentru gestiunea activităților de marketing și logistică în context național și internațional</p> <p>3. organizarea procesului de cercetare de marketing pentru evaluarea poziției concurențiale a unei afaceri pentru elaborarea mixului de marketing al companiei;</p> <p>8. cultivarea și menținerea relațiilor interpersonale pozitive, bazate pe angajamentul și interacțiunea pozitivă cu echipe, manageri și clienți.</p>	<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	<p>Introducere în disciplină. Rolul comunicării în activitatea promoțională</p> <p>Publicitatea. Tipurile, formele și funcțiile publicității</p> <p>Promovarea vânzărilor. Tehnici de promovare a vânzărilor</p> <p>Relații publice și Sponsorizarea</p> <p>Forța de vânzare</p> <p>Publicitatea Directa</p> <p>Eficacitatea activității promoționale</p>	
Evaluarea rezultatelor	<p><i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin:</p> <p>2 testări – evaluarea curentă-probe scrise;</p> <p>Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual – campanii de promovare, aprecierea în rezultatul participării la seminare</p> <p><i>Evaluarea finală</i>- examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare.</p> <p><i>Nota generală</i> se va determina ca o medie ponderată în modul următor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%; • evaluare finală – 40% 	
Lucrul individual	<p>Studentii vor elabora unei campanii de promovare 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”.</p>	

Bibliografie recomandată	de bază
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cioaric Vasile. Relații publice. Istorie, teorie, practică. Prut internațional. Chișinău.2003. 2. Cathelat, Bernard, Publicitate și societate, București, Editura Trei, 2005
	suplimentară
	<p>Bacali, Laura, (2001), <i>Promovarea produselor</i>, UT Press, Cluj-Napoca.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Aaker, David (2005) <i>Managementul capitalului unui brand</i>, o colecție Brandbuilders

APROBAT

la ședința departamentului EMkT

din 30.08.2018

Proces verbal nr. 1/18-19

Șef departament

Maria Hămurară, conf. univ., dr.

