

Programul de studiu: ECTS IFR

Disciplina: Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii

Anul de studii: III

Semestrul: II

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	SEMINAR FAȚĂ ÎN FAȚĂ (SF)		SEMINAR ÎN SISTEM TUTORIAL (ST)		LABORATOR (L)		PROIECT (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Data Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/nr ore	Lucrare de laborator	Data Nr. ore	Tematica abordată	Data Nr. ore	Data	Tipul (E/C/V)
Pregătire curentă	1	-Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, stabilirea studiilor de caz – 1 oră - Metode de dimensionare și structurare a bugetului de promovare – 2 ore - Analiza unor anunțuri publicitare din presa scrisă – 1 oră	4 ore								
	2	-Evaluarea impactului unui anunț publicitar – 2 ore	2 ore					Analiza comparativă a demersurilor publicitare realizate pentru două mărci (A și B) din aceeași categorie. Prezentarea succintă proiectului.	2 ore		
	3										
	4										
	5										
	6	-Realizarea fișei de promovare a vânzărilor pentru un produs – 2 ore - Indicatori de caracterizare a unui plan media – 2 ore	4 ore								Evaluarea studiilor de caz

	7							-Caracterizare succintă a pieței produsului „X”; poziția mărcilor A și B pe această piață - 4 ore	4 ore		
	8										
	9	-Alegerea planului media pe baza criteriului CPM – 2 ore - Eficiența forței de vânzare – 2 ore	4 ore								Test de verificare
	10										
	11										
	12							Analiza publicității pentru marca A – 2 ore Analiza publicității pentru marca B – 2 ore	4 ore		Evaluare proiect
	13										
	14							Asemănări și deosebiri privind comunicarea publicitară a mărcilor A și B - 4 ore	4 ore		Evaluare proiect
Sesiune examene	1										
	2										
	3	Evaluare finală									Examen

E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator disciplina,
Lect. univ. dr. Cristina MICU

Asistent,
Lect. univ. dr. Cristina MICU