FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**Universitatea „Dunărea de Jos" din Galaţi**
1.2 Facultatea	**Economie şi Administrarea Afacerilor**
1.3 Departamentul	**Administrarea Afacerilor**
1.4 Domeniul de studii	**Marketing**
1.5 Ciclul de studii	**Master**
1.6 Programul de studii	**Marketing și comunicare în afaceri**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	**Strategii de branding**						
2.2. Cod disciplina	**1174.1OP08D**						
2.3 Titularul activităților de curs							
2.4 Titularul activităților de seminar							
2.5 Anul de studiu	**I**	2.6 Semestrul	**I**	2.7 Tipul de evaluare	**V**	2.8 Regimul disciplinei	**Op**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					8
Examinări					1
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					**108**
3.8 Total ore pe semestru					**175**
3. 9 Numărul de credite					**6**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Marketing general, Marketing direct
4.2 de competenţe	• Tehnici promoționale

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1. de desfăşurare a cursului	• sală cu tablă, video-proiector/smartboard
5.2. de desfăşurare a seminarului/laboratorului	• sală cu tablă, video-proiector/smartboard

6. Competenţele specifice acumulate

Competenţe profesionale	• Cunoaşterea componentelor unei strategii de branding; • Cunoaşterea principalelor avantaje ale utilizării brandingului; • Însuşirea unui set de cunoştinţe de bază referitoare la evaluarea campaniilor de comunicare prin indicatori cheie de performanță specifici; • Dezvoltarea abilităţilor de luare a deciziilor privind alocarea unui buget de branding, în cadrul unei organizații; • Dezvoltarea abilităţilor de optimizare a campaniilor de comunicare și branding; • Capacitatea masteranzilor de a lucra în echipă cu informaticieni în vederea implementării unor campanii de comunicare.
Competenţe transversale	• Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă care proiectează campanii de branding şi aplicarea de tehnici de relaţionare eficientă în cadrul echipei; • Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare

7. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Înţelegerea interdependenţelor si relaţiilor de cauzalitate dintre metodele de comunicare și branding.
7.2 Obiectivele specifice	• Cunoasterea metodelor de branding și aplicarea acestora în funcție de provocările unei firme; • Dezvoltarea capacităţii studenţilor de a analiza rezultatele campaniilor de branding; • Dezvoltarea abilităţilor de lucru în echipă si stimularea spiritului de competiţie; • Dezvoltarea abilităţilor de proiectare a unor strategii de branding.

8. Conţinuturi

8. 1 Curs	**Metode de predare**	**Obs.**
1. Branding și elementele mixului de marketing	Prelegere, dezbatere	2 ore
2. Mesajul	Prelegere, studii de caz	2 ore
3. Conceptul de Creativitate	Prelegere, dezbatere	2 ore
4. Structura unui anunț publicitar	Prelegere, dezbatere	2 ore
5. Reguli in publicitate	Prelegere, dezbatere	2 ore
6. Titlul publicitar	Prelegere, dezbatere	4 ore
7. Brandul	Prelegere, dezbatere	2 ore
8. Brandul de oraș	Prelegere, dezbatere	4 ore
9. Gestionarea unui sistem de identitate vizuală	Prelegere, dezbatere	4 ore
8. 2 Seminar/laborator	**Metode de predare**	**Obs.**
Elaborarea unui sistem de identitate vizuală, Campanii care au schimbat lumea, Studiu de caz_Volkswagen, Studiu de caz_A Diamond, prezentarea și analiza unor campanii celebre, realizarea unei campanii de branding sau rebranding	Analiză, interpretare și realizare campanii branding	7 ore
Prezentarea unui proiect de catre fiecare masterand, in care sunt analizate toate metodele de branding	Proiecte	7 ore

Bibliografie

1. Susanu, I.O. (2023). Note de curs. Strategii de branding
2. Susanu, I.O., Cristache, N., Creaţie şi producţie publicitară, Editura Didactică şi pedagogică, Bucureşti, 2010
3. Susanu, I.O., Cristache N., Marketing - aplicații, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 2005
4. Susanu, I.O., Cristache N., Marketing direct, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 2008

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținutul curriculei a fost adaptat cerințelor de învățare activă a conceptelor de branding.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Testarea cunoștințelor teoretice	Test grilă/sinteză	30%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea unui raport privind avantajele învățării active	Prezentare proiect	30%
	Evaluare proiect individual	Prezentare proiect	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Cunoasterea conceptului de branding, minim 5			