

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Strategii și politici manageriale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Strategii de branding organizațional						
2.2.Cod disciplină	1176.10B01S						
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	E	2.8 Regimul disciplinei	O

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
Studii după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					60
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					8
Examinări					1
Alte activități:					-
3.7 Total ore studiu individual	133				
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Marketing general
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Tehnici promoționale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Cursuri fizice sau online pe platforma Microsoft Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Studii de caz/proiecte fizice sau online pe platforma Microsoft Teams



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea componentelor unei strategii de branding; • Cunoașterea principalelor avantaje ale utilizării brandingului; • Însușirea unui set de cunoștințe de bază referitoare la evaluarea campaniilor de comunicare prin indicatori cheie de performanță specifici; • Dezvoltarea abilităților de luare a deciziilor privind alocarea unui buget de branding, în cadrul unei organizații; • Dezvoltarea abilităților de optimizare a campaniilor de comunicare și branding; • Capacitatea masteranzilor de a lucra în echipă cu informaticieni în vederea implementării unor campanii de comunicare.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă care proiectează campanii de branding și aplicarea de tehnici de relaționare eficientă în cadrul echipei; • Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea interdependențelor și relațiilor de cauzalitate dintre metodele de comunicare și branding.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea metodelor de branding și aplicarea acestora în funcție de provocările unei firme; - Dezvoltarea capacității studenților de a analiza rezultatele campaniilor de branding; - Dezvoltarea abilităților de lucru în echipă și stimularea spiritului de competiție; - Dezvoltarea abilităților de proiectare a unor strategii de branding.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
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 în 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	Observații
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 minimală		
1. Susanu I.O., Cristache, N., <i>Creație și producție publicitară</i> , Editura Didactică și pedagogică, București, 2010		
1. Susanu I.O., Cristache N., <i>Marketing - aplicații</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005		
2. Susanu I.O., Cristache N., <i>Marketing direct</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2008		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și 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	40%
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			
<ul style="list-style-type: none"> • Cunoasterea conceptului de branding, nota la test, minim 5 			

