

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 | Finanțe |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studii/Calificarea | Finanțe și Bănci |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|---------------|------------|-----------------------|----------|-------------------------|----------|
| 2.1 Denumirea disciplinei | ADVERTISING FINANCIAR - BANCAR | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de seminar | | | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | II | 2.5 Semestrul | III | 2.6 Tipul de evaluare | V | 2.7 Regimul disciplinei | F |

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

| | | | | | | |
|--|-----------|-----------|----------|-----------|-------------|-----------|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 4 | din care: | 3.2 curs | 2 | 3.3 proiect | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ | 56 | din care: | 3.5 curs | 28 | 3.6 proiect | 28 |
| Distribuția fondului de timp | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | | 6 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | | 4 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | | 5 |
| Tutoriat | | | | | | 2 |
| Examinări | | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | | |
| 3.7 Total ore studiu individual | | | | 19 | | |
| 3.9 Total ore pe semestru | | | | 75 | | |
| 3.10 Numărul de credite | | | | 3 | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|---------------|
| 4.1 de curriculum | NU ESTE CAZUL |
| 4.2 de competențe | NU ESTE CAZUL |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|---|---|
| 5.1. de desfășurare a cursului | <ul style="list-style-type: none"> • Studenții se vor prezenta la prelegeri și seminarii cu telefoanele mobile închise. • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs și seminar |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului | <ul style="list-style-type: none"> • Termenul predării lucrării de seminar este stabilit de titular de comun acord cu studenții. |



6. Competențele specifice acumulate

| | |
|--------------------------------|---|
| Competențe profesionale | <p>C1 – 1 credit Utilizarea adecvată a conceptelor, principiilor, teoriilor, metodologiilor și instrumentelor avansate de lucru și de cercetare în mediile profesionale dinamice specifice domeniului financiar și bancar</p> <p>C2 – 1 credit Realizarea de studii și lucrări complexe de analiză și evaluare a performanței întreprinderilor și actorilor din domeniul financiar și/sau bancar, a investițiilor directe și finanțării lor pe baza datelor și informațiilor privind mediul economico-financiar intern și extern</p> <p>C4 – 1 credit Realizarea de analize și estimări utile în procesul de evaluare și elaborarea rapoartelor de evaluare a întreprinderilor și actorilor din domeniul financiar și/sau bancar</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizarea integrată a conceptelor, principiilor, teoriilor și practicilor avansate de specialitate în situații incomplet definite, generate de mediile profesionale dinamice specifice domeniului financiar și bancar, pentru rezolvarea problemelor teoretice și practice noi ▪ Elaborarea unui proiect profesional sau de cercetare pe probleme specifice domeniului financiar și bancar ▪ Valorificarea conceptelor, principiilor, teoriilor, metodologiilor și instrumentelor avansate de lucru și de cercetare în elaborarea de proiecte profesionale și/sau de cercetare pe probleme specifice domeniului financiar și bancar. ▪ Evaluarea critică și pertinentă a cunoștințelor avansate de specialitate, în scopul formulării judecăților de valoare și a fundamentării deciziilor manageriale constructive, în mediile profesionale dinamice specifice domeniului financiar și bancar. |
| Competențe transversale | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă. • Proiectarea unei scheme de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și asumarea implementării acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. |

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

| | |
|--|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none"> - dobândirea unor aptitudini de atingere a obiectivelor de creștere a profitabilității portofoliului de clienți din segmentul țintă, garantând clienților băncii asistența completă și calificată în satisfacerea lor și dezvoltarea unor relații durabile cu clienții; - cultivarea abilităților pentru îndeplinirea obiectivelor de performanță alocate; - deprinderea tehnicilor de gestionare activă a portofoliului de clienți alocat; - valorificarea studiului constant și dinamic al informațiilor de pe piața financiar – bancară. |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none"> - analiza nevoilor clienților luând în considerare întregul mix de produse; - capacitatea de atragere a clienților printr-o ofertă variată și de înaltă calitate a serviciilor; - încurajarea clienților către canalele alternative și produsele inovative de natură financiar – bancară din firmă/ companie. |

| 8. Conținuturi | Metode de predare | Observații |
|---|-------------------|-------------|
| Curs 1. Introducere și Termeni HTML – Mediul de publicitate on-line? Termeni de publicitate on-line. România, o țară | prelegere | 2 prelegeri |



| | | |
|--|--|----------------|
| "internetizată". Piața de publicitate pe internet în România. | | |
| Curs 2. Bannerul publicitar on-line - Evoluția bannerelor – dimensiuni și utilizări. Alocarea și poziționarea bannerelor. Banner blindness. | prelegere | 2 prelegeri |
| Curs 3. Echivalența parametrilor media și Publicitatea contextuală - Matematică media. De la brief la mediaplan. Splitul de buget. Tipuri de optimizare în campaniile online. Social Media (curs introductiv). Despre Conversational Marketing. | prelegere | 2 prelegeri |
| Curs 4. Ce este minisite-ul. Avantajele utilizării minisite-ului. Conținutul minisite-ului. Despre strategia creativă a minisite-ului de campanie. URL-ul și importanța lui | prelegere | 2 prelegeri |
| Curs 5. Beyond The Banner. Comportamentul consumatorului pe internet. Formate <i>Beyond The Banner</i> | prelegere | 2 prelegeri |
| Curs 6. Despre marketingul viral. Strategia creativă în marketingul viral. Medii de propagare virală | prelegere | 2 prelegeri |
| Curs 7. Ce este cross-media? Campaniile cross-media. Tendințe în marketingul digital. Splitul de buget. Categoriile de segmentare. Segmente de consumatori on-line. Concluzii. | prelegere | 2 prelegeri |
| Bibliografie 1. ADĂSCĂLIȚEI V., "Tehnici promoționale fundamentate", Ed. Universității, Brașov, 1996; 2. ASSAEL Henry, "Consumer Behavior and Marketing Action", Boston, Kent, 1987; 3. MIHUȚ I., POP M., "Consumatorul și managementul ofertei", Ed. Dacia, Cluj- Napoca, 1996; 4. ODOBESCU E., "Marketingul bancar național și internațional", Ed. SIGMA PRIMEX, București, 1999. | | |
| 8. 2 Proiect | Metode de predare | Observații |
| 1. Internautul Român – abordare demografică. Concluzii | Expunere și dezbateri pe studii de caz | 4 h de seminar |
| 2. Formate de publicitate on-line și tipuri de campanii | Exercițiu în baza unui studiu de caz pregătit de fiecare student. | 4 h de seminar |
| 3. Despre CPC. Google Adwords. Alte soluții contextuale în .ro. Tipologia rețelelor sociale. Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus. Alte rețele sociale | Dezbateri pe baza simulărilor adaptate la problematica financiară reală. | 4 h de seminar |
| 4. Studii de caz | Expunere și dezbateri pe studii de caz | 4 h de seminar |
| 5. Contorizarea Beyond The Banner | Exercițiu în baza unui studiu de caz pregătit de fiecare student. | 4 h de seminar |
| 6. Viral RO versus viral INT'L. Aplicații și recomandări | Dezbateri pe baza simulărilor adaptate la problematica financiară reală. | 4 h de seminar |
| 7. Social Media Generations. Diferențe între generații și abordarea lor în Social Media. Do's and Don'ts in Social Media pentru fiecare generație. Studii de caz. Concluzii | Expunere și dezbateri pe studii de caz | 4 h de seminar |
| Bibliografie | | |



1. LEVINSON, Jay Conrad, “Guerrila Marketing”, Ed. Științifică și Tehnică, București, 1993;
2. MOLDOVEANU Maria, MIRON Doina, “Psihologia reclamei”, Ed. Lira, București, 1995;
 - ◆◆◆ “Marketing”, Centru de Comerț Internațional UCTAD/GATT
 - ◆◆◆ Asociația Română de marketing.
 - ◆◆◆ webgrafie variată

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- În vederea schițării conținutului și alegerii metodelor de predare și învățare, titularii disciplinei organizează periodic întâlniri cu reprezentanți specializați din partea unor instituții publice atât locale, cât și din regiunile limitrofe, precum și cu factori decizionali din media - companii private de referință și cu experiență dovedită în promovarea economică și financiar – bancară cu precădere.
- Implicarea și a altor cadre didactice din domenii titulare în alte departamente sau chiar din alte instituții de învățământ superior, în scopul potențării capacității formative și pluridisciplinare în domeniul activităților de ordin financiar și social – economic.
- Reuniuni interdisciplinare cu scopul de a stabili conexiuni permanente între angajatorii din zonă, reprezentanți din mass - media și furnizorul de educație universitară, pentru permanenta actualizare a programelor de învățământ.

10. Evaluare

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|---------------------------|-------------------------|------------------------------|
| 10.4 Curs | Redarea teoriei la examen | Proba scrisa | 70% |
| 10.5 Seminar/ laborator/ proiect | Teme, prezenta, proiecte | Verificare orala | 30% |
| 10.6 Standard minim de performanță | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Prezența obligatorie la curs și seminar. - Media notelor de la activitățile din cursul semestrului minim 5. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota minimă 5 pentru cunoștințele de bază. | | | |

