



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici Promotionale						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Ioana Alexandra Horodnic						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Cristian George Nistor						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestru	II	2.6 Tip de evaluare	EVP	2.7 Regimul disciplinei	OB

\* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: curs	2	seminar/laborator	2
3.2 Total ore din planul de învățământ	56	din care: curs	28	seminar/laborator	28
3.3 Distribuția fondului de timp					Ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					
3.4 Total ore studiu individual					69
3.5 Total ore pe semestru					125
3.6 Număr de credite					5

### 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing
4.2 De competențe	Marketing

### 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Implicarea studenților în desfășurarea cursurilor. On-line: Profesorul și studentii au nevoie de conexiune la internet și de un dispozitiv (ex: computer, tablet etc) care permite utilizarea platformelor de predare și evaluare ale FEAA On-site: video-proiector și computer în sala de clasă.
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	Participare activă. Prezență. Prezentări. Implicarea studenților în desfășurarea cursurilor. On-line: Profesorul și studentii au nevoie de conexiune la internet și de un dispozitiv (ex: computer, tablet etc) care permite utilizarea platformelor de predare și evaluare ale FEAA On-site: video-proiector și computer în sala de clasă.



## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p>D11/2/5 Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor. Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate: conceperii, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț, turism și servicii.</p> <p>D3/1/5 Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.</p> <p>D1/1/5 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor.</p>
<b>Competențe transversale</b>	<p>CT1 Îndeplinirea la termen, în mod riguros, eficient și responsabil, a sarcinilor profesionale, cu respectarea principiilor etice și a deontologiei profesionale.</p> <p>CT2. Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup, deprinderea și exercitarea rolurilor specifice în munca de echipă, prin dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală.</p>

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

<b>7.1. Obiectivul general</b>	Formarea cunoștințelor și deprinderilor necesare proiectării, implementării și evaluării campaniilor promoționale.
<b>7.2. Obiectivele specifice</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Înțelegerea influenței tehnicilor promoționale asupra comportamentului de cumpărare</li><li>▪ Cunoașterea tehnicilor promoționale orientate către cumpărătorii finali (PULL)</li><li>▪ Cunoașterea tehnicilor promoționale orientate către distribuitori (PUSH)</li><li>▪ Formarea abilităților necesare pentru proiectarea și implementarea unui program promoțional</li></ul>



## 8. Conținut

8.1.	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Promoții și marketing	curs interactiv PPT	2 ore (1, 2)
2.	Tehnici promoționale PULL	curs interactiv PPT	2 ore (1, 2)
3.	Tehnici promoționale PULL	curs interactiv PPT	2 ore (1, 2)
4.	Tehnici promoționale PULL	curs interactiv PPT	2 ore (1, 2)
5.	Tehnici promoționale PULL	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
6.	Tehnici promoționale PULL	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
7.	Test intermediar	Test	2 ore (1, 2)
8.	Tehnici promoționale PUSH	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
9.	Comunicarea Promoțiilor	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
10.	Diagnoză promoțională. Indicatori	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
11.	Târguri și Expoziții - Organizare	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
12.	Târguri și Expoziții - Participare	curs interactiv PPT/ Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)
13.	Test final	Test	2 ore (1, 2)
14.	Feedback	Prezentare/ Dezbateră	2 ore (1, 2)

### Bibliografie

#### Referințe principale:

1. Berteș Patricia. Monoranu Adrian. Munteanu Corneliu, Tehnici promoționale, editura Performantica, București, 2016.
2. Don Schultz, ș.a. Esențialul despre promoții, Ed. BrandBuilders, București 2006;
3. Moise Zamfir, Târgurile, Expozițiile și Convențiile – instrumente de marketing, Ed. All Beck, București, 2002;
4. Materiale puse la dispoziție de către profesor.



8.2.	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere – Planificare activitate	Exemple, dezbateri	2 ore (1, 2)
2.	Cuponul + Rambursul	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore (1, 2)
3.	Pachetele Speciale	Exemple, dezbateri, aplicații	2 ore (1, 2)
4.	Tombole si Concursuri Publicitare	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
5.	Programul de Continuitate	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
6.	Programul Pro-Cauza	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
7.	Samplingul	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
8.	Promotii de tip PUSH	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
9.	Comunicarea Promotiilor	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
10.	Targuri si Expozitii - Organizare	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
11.	Targuri si Expozitii - Participare	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
12.	Prezentare Proiecte	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
13.	Prezentare Proiecte	Exemple. Presentare. Dezbateri	2 ore (1, 2)
14.	Comunicare rezultate finale – recapitulare.	Feedback	2 ore (1, 2)

**Bibliografie****Referințe principale:**

1. Don Schultz, ș.a. Esențialul despre promoții, Ed. BrandBuilders, Bucuresti 2006;
2. Moise Zamfir, Târgurile, Expozițiile și Convențiile – instrumente de marketing, Ed. All Beck, București, 2002;

**9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

Conținutul disciplinei este actualizat periodic în urma discuțiilor avute cu actori din mediul de afaceri și prin urmărirea activă a tehnicilor promotionale utilizate pe piață.  
Absolvenții specializării sunt invitați să participe la studii după finalizarea programului, pentru a determina măsura în care conținutul disciplinei vine în întâmpinarea așteptărilor pieței.

**10. Evaluare**

<b>Tip activitate</b>	<b>10.1 Criterii de evaluare</b>	<b>10.2 Metode de evaluare</b>	<b>10.3 Pondere în nota finală (%)</b>
<b>10.4 Curs</b>	Teste pe parcurs și evaluare finală	<b>Test intermediar</b> – 50% <b>Test final</b> – 50%	50%
<b>10.5 Seminar/ Laborator</b>	Aplicații Proiect final de echipă Prezentare proiect final	Proiect individual 50% + Proiect echipa 50% Aplicațiile și proiectele cu un procent de plagiat de 40% sau peste vor fi evaluate cu nota 1	50%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b>			
Nota= Nota test 1 (25%) + Nota test 2 (25%) + Nota seminar (50%)			

Data completării  
21.09.2021

Titular de curs  
Conf. univ. dr. Ioana Alexandra  
Horodnic

Titular de seminar  
Lect. univ. dr. Cristian George  
Nistor

Data avizării

Director de departament  
Prof. dr. Andrei Neșțian