



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	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRINCIPII ALE DESIGNULUI ÎN COMUNICAREA DE MARKETING							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. dr. Oana ȚUGULEA							
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Cristian NISTOR							
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestru	I	2.6 Tip de evaluare	Ep	2.7 Regimul disciplinei*	OP	

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități 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 altele					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					6
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					58
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Număr de credite					4

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	-
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	-
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	-



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 UTILIZAREA INSTRUMENTELOR ȘI A APLICAȚIILOR INFORMATICE ÎN ACTIVITĂȚILE DE MARKETING C5 UTILIZAREA TEHNICILOR DE VÂNZARE
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Studentul va utiliza terminologia specifică designului grafic, va fi capabil să analizeze un produs grafic de marketing și va cunoaște și va cunoaște tehnici de bază de aplicare a unui program de grafică utilizat în domeniul graficii de marketing.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: 1. Dezvolte abilități de utilizare a unui program de grafică pentru a produce materiale de prezentare de marketing (invitații, cărți de vizită ș.a.). 2. Își însușească anumite concepte teoretice și practice de bază din domeniul graficii (vocabular specific, principii ale designului grafic, etc).

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere – noțiuni de bază	curs interactiv PPT	3 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
2.	Noțiuni specifice domeniului graficii	curs interactiv PPT	4 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
3.	Culoarea	curs interactiv PPT	6 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
5.	Principiile designului grafic.	curs interactiv PPT	6 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)



7.	Ce spune un artist despre reclamele din zilele noastre?	curs interactiv PPT	2 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
6.	Iluzii optice	curs interactiv PPT	2 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
7.	Programe soft de grafică (activitate bonus).	curs interactiv PPT	2 oră (1, 2, 3, 4, 5,6)
8	Identitatea vizuală	curs interactiv PPT	3 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)

Referințe principale:

1. Tony Morgan; Jaspersen, Lena J., Design Thinking for Student Projects Morgan, SAGE Publications Ltd, 2022
2. Theo Inglis, The Graphic Design Bible, Ilex Press, 2023

Referințe suplimentare:

1. Sven Ingmar Thies, Teaching Graphic Design, Birkhauser, 2022

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere in design, elemente principale de software grafic	Aplicații	2 ore (1, 2, 3, 4, 5)
2.	Manualul de identitate	Aplicații	2 ore (1, 2, 3, 4, 5)
3.	Lucrul cu imaginile si etape crearea unui Logo	Aplicații	2 ore (1, 2, 3, 4, 5)
4.	Lucrul cu textul, constructii fonturi si aplicarea acestora pe fundaluri fotografice	Aplicații	2 ore (1, 2, 3, 4, 5)
5.	Construire elemente grafice semicomplexe.	Aplicații	2 ore (1, 2, 3, 4, 5)
6.	Test	Verificare	4 ore (1, 2, 3, 4, 5)

Referințe principale:

1. Tony Morgan; Jaspersen, Lena J., Design Thinking for Student Projects Morgan, SAGE Publications Ltd, 2022
2. Theo Inglis, The Graphic Design Bible, Ilex Press, 2023

Referințe suplimentare:

2. Sven Ingmar Thies, Teaching Graphic Design, Birkhauser, 2022

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 din domeniul graficii de marketing. Designerii din domeniul marketingului sunt invitați la cursuri pentru a discuta cu studenții despre realitatea pieței.

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**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Bonus anunțat – 10% Studentii care deranjează orele vor fi penalizați astfel: la fiecare observație se scade 1 punct din nota finală. Studentii care sunt surprinși copiind sau încercând să se inspire din alte materiale sau de la colegi în timpul testului vor fi exmatriculați, conform regulamentului.		
10.5 Seminar/ Laborator	Proiect - 70%	Predare și prezentare pe echipe	70%
10.6 Examen	Calitatea lucrării de evaluare	Verificare scrisă	30%
10.7 Standard minim de performanță			
Nota finală - 4,50			

Data completării

25 septembrie 2023

Titular de curs

Prof. Univ. Dr. Oana ȚUGULEA

Titular de seminar

Lect. dr. Cristian NISTOR

Data avizării în departament

28.09.2023

Director de departament

Prof. Univ. Dr. Adrian NEȘTIAN