

**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	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT, MARKETING SI 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 in 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 Semestrul	VI	2.6 Tip de evaluare	E
				2.7 Regimul disciplinei*	Op

\*OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	36	3.5 curs	12	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu 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					10
Examinări					4
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					64
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul 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. Rezultate ale învățării

### R1. 243103 - Specialist marketing

#### 1. Oferă informații.

Studentul va putea furniza informații corecte și de calitate, în funcție de tipul de audiență și de context.

#### 2. Utilizează tehnici de comunicare

Studentul va fi capabil să aplice tehnici de comunicare ce permit interlocutorilor să se înțeleagă reciproc mai bine și să transmită corect mesajele.

#### 3. Implementează strategii de Marketing.

Studentul va putea implementa strategiile de marketing elaborate pentru o organizație.

#### 4. Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață.

Studentul poate elabora cu raport pe baza rezultatelor cercetării de piață și poate propune direcții de acțiune.

Rezultatele învățării corespundătoare competențelor transversale:

- Studentul va fi capabil să promoveze idei, produse sau servicii;

- Studentul va fi capabil să gândească în mod creativ.

## 7. Obiectivul general al disciplinei

Studentul va utiliza terminologia specifică designului grafic, va fi capabil să analizeze un produs grafic de marketing și va cunoaște tehnici de bază de aplicare a unui program de grafică utilizat în domeniul graficii de marketing.

## 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)
4.	Principiile designului grafic.	curs interactiv PPT	6 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
5.	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 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)
8.	Identitatea vizuală	curs interactiv PPT	3 ore (1, 2, 3, 4, 5,6)

### Bibliografie

#### 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:

Sven Ingmar Thies, Teaching Graphic Design, Birkhauser, 2022

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere în 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 și etape crearea unui Logo	Aplicații	2 ore (1, 2, 3, 4, 5)
4.	Lucrul cu textul, construcții fonturi și 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)

### Bibliografie

**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:**

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% și test final în sesiune (30%). Studenții care deranjează orele vor fi penalizați astfel: la fiecare observație se scade 1 punct din nota finală.	Prezentare Verificare scrisă	30%
10.5 Seminar / Laborator	Proiect - 70%	Predare și prezentare pe echipe	70%
10.6 Standard minim de performanță			
Nota finală - 4,50			

**Data completării,**  
**27.09.2024**

**Titular de curs,**  
**Prof. dr. Oana ȚUGULEA**

**Titular de seminar,**  
**Lect. dr. Cristian NISTOR**

**Data avizării în departament,**  
**27.09.2024**

**Director de departament,**  
**Prof. univ. dr. Ștefan Andrei NEȘTIAN**