

## Programarea examenelor

### Masterat Publicitate IFR

ANUL I – 12.06-2.07.2017	Data	Ora	Sala
Publicitate online	Vezi detalii mai jos		
Planificare și strategie publicitară	Proiect -vezi in Syllabus suport de curs pe Moodle		
Managementul strategic al comunicării	Vezi detalii mai jos		
Structuri mitice în limbajul publicitar	Vezi detalii mai jos		
Instrumente BTL	Vezi detalii mai jos /17.06	12	101
Practică profesională– raport de practica si adeverinta	la Departamentul IDIFR sau scanate pe adresa cadar@fspac.ro pana la data de 30 iunie 2017		

ANUL II - 27.05-11.06.2017	Data	Ora	Sala
Publicitate si studii culturale	Vezi email din 16.05.2017		
Campanii si strategii de publicitate	Vezi detalii mai jos		
Seminar de cercetare	Vezi detalii mai jos		
Comunicare si persuasiune	Vezi detalii mai jos		

### Programarea sesiunii de restante pentru anul II si prelungire de studii

12-18.06.2017

	Data	Ora	Sala
Publicitate si studii culturale	Vezi email din 16.05.2017		
Campanii si strategii de publicitate	Vezi detalii mai jos		
Seminar de cercetare	Vezi detalii mai jos		
Comunicare si persuasiune	Vezi detalii mai jos		

#### **Publicitate online**

Pentru examen studenții sunt rugați să conceapă un proiect de promovare online pentru o afacere fictivă (sau existentă dacă deja dețin una). Proiectul trebuie să conțină o descriere detaliată a produselor vândute sau a serviciilor oferite (cei 4P), o descriere detaliată a publicului țintă și două campanii organice de promovare în social media: una pe Facebook Business și una pe oricare altă platformă socială online. Campaniile trebuie să reprezinte concluzia alegerii produsului sau serviciilor promovate, dar și a publicului țintă ales. Va fi punctat nivelul de detalii dat la fiecare din cele 4 etape (1 – produsul sau serviciul; 2 – publicul țintă; 3 – Facebook Business; 4 – altă platformă socială). Nu există un număr minim de pagini. Pentru întrebări mă găsiți la adresa de e-mail

[spoaller@fspac.ro](mailto:spoaller@fspac.ro)

Proiectul trebuie trimis pe adresa [spoaller@fspac.ro](mailto:spoaller@fspac.ro) pana la data de 25.06.2017

Pentru nota la materia **Instrumente BTL** puteti opta pentru examen in 17.06 ora 12 sala 101 din materia Instrumente BTL (sponsorizare, marketing direct, product placement si promovarea vanzarilor) sau sa trimiteti pe email catre [cadar@fspac.ro](mailto:cadar@fspac.ro) o lucrare scrisa intre 3-5 pagini in care sa descrieti si sa comentati o campaniei publicitara recenta (2014-2017) care sa includa elemente de online, social media etc. Termenul limita este 17.06.2017.

## **Managementul strategic al comunicarii**

Cadrul de evaluare

- Realizarea unui proiect individual.
  - Proiectul :
    - o se va realiza in conformitate cu structura furnizata in cadrul primei intalniri din acest semestru (vezi cei patru pasi si noua etape).
    - o Cazul ales pentru analiza va fi o entitate organizationala: firma, ONG, institutie publica.
- Demersurile de analiza si documentare se vor finaliza cu o plan/strategie de comunicare.
- o dimensiune si continut:
    - § numarul de pagini sa fie cuprins intre 10-12;
    - § proiectul va contine o component teoretica (aprox. 4-5 pagini)
    - § partea de analiza a registrului communicational va include utilizarea instrumentelor de lucru prezentate in cadrul intalnirilor: STEEP, SWOT, matricea putere interes, analiza celor 5C etc
- Lucrarea va respecta conditiile de elaborare si redactare de tip academic: se vor mentiona sursele bibliografice consultate (obligatoriu), evitarea preluarilor de tip Copy+Paste etc.
- Termenul limita: 22 iunie, ora 23.59 pe adresa [hosu@fspac.ro](mailto:hosu@fspac.ro)
- Pentru studentii din anul II (cu restanta la aceasta disciplina) termenul limita este 9 iunie, in sesiunea normala si 18 iunie, in sesiunea de restante.

## **Structuri mitice ale limbajului publicitar**

- Pe parcursul semestrului aşteptăm ca studenţii să aibă o participare activă în cadrul cursurilor, toate intervenţiile lor fiind luate în considerare ca parte a notei lor finale (**până la 3 puncte**).
- În sesiune, **pana in data de 12 iunie, ora 12 studenţii vor preda la Departamentul IDIFR** pe un CD 3 exemple de materiale în care sînt prezente structuri mitice în limbajele utilizate. Unul dintre ele este analizat pe 2 pagini (Times 12; 1,5). Materialele şi textul analizei se pun pe CD iar textul analizei va fi pedat şi printat. Materialele **nu** pot fi trimise prin email. (**pînă la 6 puncte**).
- Studenţii vor fi notaţi şi dacă publică într-o revistă de specialitate sau în presa culturală o recenzie la o carte pe teme legate de tematica întîlnirilor. Recenzia deja publicată se predă înainte de încheierea perioadei de sesiune de examene. (**3 puncte**).
- Studenţii primesc din oficiu **1 punct**.
- Pentru nota 5 trebuie să adune 5 puncte, pentru nota 10 trebuie să adune 10 puncte.
- Pentru restanţă cerinţele sînt aceleaşi ca pentru sesiunea obişnuită, doar că activităţile prevăzute ca evaluare pe parcurs trebuie desfăşurate pe parcursul semestrului.

## Comunicare si persuasiune

Cerință examen: un eseu pe tema „Persuasiune, influență și manipulare în societatea actuală”.

Este, evident, o temă foarte generoasă, care vă permite o sumedenie de opțiuni individuale. În vremurile pe care le trăim acum se discută foarte intens despre noțiunea de fake news, ar fi interesant să plecați în demersul de creație de la această idee. Propun o temă largă, urmând ca voi să îmi propuneți o lucrare focalizată pe un subiect mai restrâns și intitulată cum doriți. Pentru a vă lămurii, încerc să vă ofer, **sub formă de sugestie**, câteva titluri pe care le pot eu imagina: *Minciuna/ bârfa/ zvonul în comunicarea interpersonală*, *Minciuna/ bârfa/ zvonul în comunicarea politică sau publică*, *Publicitatea, sub amenințarea permanentă a manipulării*, *Comunicarea politică sub amenințarea permanentă a manipulării*, *Impostura/ lipsa de profesionalism ca temei al manipulării*, *Manipularea – derivat al puterii sau al neputinței*, *Persuasiunea la hotarul dintre influență și manipulare*, *Comunicarea autentică – un ideal intangibil?* etc. Cred că este o listă orientativă suficient de sugestivă. Puteți alege dintre titlurile sugerate de mine sau puteți veni cu propriul titlu.

- Dimensiuni: 2-3 pagini
- Format: caractere de 12, „Times New Roman”, spațiere de 1,5 linii, toate marginile de 2,5 cm.
- Precizare important: orice informație preluată de undeva trebuie semnalată printr-o notă de subsol pentru a nu cădea în capcana plagiatului.
- Lucrările vor fi predate **în formă tipărită** pana la Departamentul IDIFR, până la data de **9 iunie – sesiunea normala si 16 iunie – sesiune de restante**.

Pentru nota la **Campanii si strategii de publicitate** si pentru nota la **Seminarul de cercetare**: brieful, calendarul media si bugetul pentru campania de publicitate pana in **11 iunie (sesiune normala) si 18 iunie (sesiune de restante) pe email la [cadar@fspac.ro](mailto:cadar@fspac.ro)**