

ADMITERE 2019
- MASTERAT GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE (GCI) -

Durata studiilor: 2 ani (4 semestre)

Forma de învățământ: zi

Media generală de admitere se calculează ca medie aritmetică a următoarelor două probe:

- 50% media de la examenul de licență
- 50% probă orală pentru testarea cunoștințelor și a capacităților cognitive

Probă orală pentru testarea cunoștințelor și a capacităților cognitive

Elaborarea unui material pe una dintre cele 8 teme de mai jos și ilustrarea printr-un studiu de caz, pe cel puțin un brand activ pe piața din România, a reperelor teoretice din materialul ales:

1. Logica socială a consumului.
2. Pentru o teorie a consumului.
3. Personalizarea sau Cea Mai Mică Diferență Marginală.
4. Segmentarea și alegerea pieței-țintă.
5. Poziționarea brandurilor.
6. Strategia de comunicare și promovare a brandurilor.
7. Comunicarea brandurilor: publicitatea, promovarea vânzărilor și relațiile publice.
8. Creativitatea în publicitate.

CRITERII DE EVALUARE

Prezentarea va fi evaluată în funcție de următoarele criterii

- capacitatea aplicantului de a răspunde corect la întrebări
- contribuția personală dată de studiul de caz
- capacitatea aplicantului de a formula ipoteze pentru soluții creative

Notă:

Pentru fiecare criteriu se va acorda maximum 3 puncte, iar din oficiu se va acorda 1 punct.

Bibliografie selectivă:

BAUDRUILLARD, Jean, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, comunicare.ro, București, 2005.

BAUDRUILLARD, Jean. *The ecstasy of communication*. Los Angeles: Semiotext(e), 2012.

BELCH, George E.; BELCH, Michael A.. *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective*. Boston, MS ; McGraw-Hill/Irwin, 2009.

BOGDAN, Aneta. *Branding pe frontul de Est : despre reputație, împotriva curentului*. București: Brandient, 2010.

CLOW, Kenneth E.; BAACK, Donald. *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2007.

COMAN, Mihai. *Introducere in sistemul mass-media*. Iasi: Polirom, 2007.

FALLON, Pat; SENN, Fred. *Creativitatea în publicitate : economisește bani folosindu-ți imaginația*. București: ALL, 2008.

FISHER-BUTTINGER Claudia, VALLASTER Christine, *Noul branding. Cum să construiești capitalul unei mărci*, Polirom, 2011.

GIFFORD, Clive. *Advertising & marketing*. Oxford: Harcourt Education, 2006.

HILL Dan, *Emotionomics. Cum să câștigi inimile și mințile oamenilor*, Publica, 2010.

KOTLER Philip, *Principiile marketingului*, Editura Teora, 2008.

KOTLER Philip, *Managementul marketingului*, Editura Teora, 2008.

LINDSTROM, Martin. *Branduri senzoriale : construieți branduri puternice folosind toate cele 5 simțuri*. București: Publica, 2009.

NECHITA, Florin; BRICIU, Arabela. *Mijloace de promovare : note de curs, aplicații, studii de caz*. Brașov: Editura Universității 'Transilvania' din Brașov, 2013.

PRINGLE H., FIELD P., *Strategii pentru brandingul de success. Notorietatea și longevitatea unei mărci*, Polirom, 2011.

RIES, Al, TROUT, Jack. *Pozitionarea. Lupta pentru un loc in mintea ta*, Curier Marketing, Brandbuilders, 2004.

RUSSEL Thomas.J., LANE Ronald.W., *Manual de Publicitate*, Editura Teora, 2002.

SCOTT David. M., *Noile reguli de marketing și PR. Cum să ajungi direct la clienți prin rețelele de socializare, bloguri, comunicate de presă, site-uri video și marketing viral*, Publica, 2010.

WEISS Brigitte, *Efectele publicității*, Editura IAA, 2007.

WELLS, William. *Advertising : principles & practice*. Upper Saddle River: Pearson Education, 2006.

Președinte comisie,
Prof. univ. dr. Claudiu COMAN