

MARKETING ȘI PROMOVARE ONLINE
1. Date despre unitatea de curs

Facultatea	Calculatoare, Informatică și Microelectronică				
Catedra/Departamentul	Ingineria Software și Automatică				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul II				
Programul de studii	Tehnologia informației pentru afaceri				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I (învățământ cu frecvență);	2	PA-proiect de an	S – unitate de curs de specialitate	A - unitate de curs opțională	10

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care			
	Ore auditoriale		Lucrul individual	
	Curs	Proiectare	Proiect de an	Studiul materialului teoretic
300	-	80	110	110

3. Precondiții de acces la unitatea de curs

Conform planului de învățământ	Transformarea bazată pe tehnologii a afacerilor, fundamente ale tehnologiei informației
Conform competențelor	Posedarea cunoștințelor medii de utilizare a instrumentelor Microsoft Office. Posedarea abilităților de folosire a calculatorului. Competențe de înțelegere și aplicare a formulelor matematice

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector, PC/laptop și acces la internet. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul perechii
Laborator/Seminar	Studenții vor perfectă rapoarte conform condițiilor impuse de indicațiile metodice. Termenul de predare a lucrării de laborator – o săptămână după finalizarea acesteia. Pentru predarea cu întârziere a lucrării aceasta se depunceață cu 1pct./săptămână de întârziere.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Operarea cu concepte și metode ale domeniului Tehnologiei Informației C2 Aspecte organizaționale și informaționale ale sistemelor C3 Modelarea sistemelor informaționale complexe și implementarea lor prin sisteme informatice C4 Metode și tehnologii de dezvoltare software C5 Managementul produselor și al serviciilor TIC în concordanța cu cerințele pieței
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale CT2. Identificarea, descrierea și derularea activităților organizate într-o echipă cu dezvoltarea capacităților de comunicare și colaborare, dar și cu asumarea diferitelor roluri (de execuție și conducere) CT3. Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea propriilor cunoștințe profesionale, economice și de cultura organizațională

6. Obiectivele unității de curs

Obiectivul general	Înșușirea noțiunilor de marketing modern, managementul produselor-serviciilor, marketing online, promovare online, planificarea produselor
Obiectivele specifice	Drept rezultat al cunoștințelor acumulate, studentul trebuie să poată promova online produse și servicii folosind marketingul modern

7. Conținutul unității de curs

Tematica lucrărilor de proiectare	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
T1. Concepte. Tendința în Marketingul modern.	4
T2. Evoluția marketingului concordantă evoluției conceptului de economie	4
T3. Marketingul modern - un răspuns la provocările „noii economii”.	4
T4. Noi dimensiuni ale conceptului de marketing în economia bazată pe cunoștințe.	4
T5. Marketingul serviciilor și produselor software	4
T6. Managementul produselor	4
T7. Activități principale ale managementului produselor	4
T8. Planificarea produselor	4
T9. Marketingul produselor	4
T10. Managementul produselor-servicii	4
T11. Marketingul online	4
T12. Ce este marketingul online și care sunt avantajele acestuia.	4
T13. Cum „se face” marketing-ul online.	4
T14. SEO (Search Engine Optimization).	4
T15. Social media marketing.	4
T16. Marketing prin conținut.	4
T17. Instrumente de promovare online	4
T18. Google Adwords (promovare de tip PPC – PAY PER CLICK)	3
T19. Optimizare SEO OFF- PAGE.	3
T20. Promovare online prin Social Media.	3
T21. Promovare online prin newsletter.	3
T22. Promovare pe Youtube.	4
Total ore:	80

8. Referințe bibliografice

Principale	1. Planificarea activității de marketing în întreprinderile mici, Ciobota Gheorghe, București Pro Universitaria, 2013 2. Knowledge marketing etre competent dans une economie competitive, Curbatov Oleg (coord.), Chisinau Impressum, 2015 3. Marketin Bercowitz E. N; Kerin R. A; Hartley S. W; Rudelius W, Boston 4. Marketing internațional, Sasu Constantin, Iași POLIROM, 2001
Suplimentare	1. Analiza de sisteme în marketing, Demetrescu Mihai C., București

9. Evaluare

Periodică		Curentă	Studiu individual	Proiect/teză	Examen
EP 1	EP 2				
-	-	-	-	100%	-

Standard minim de performanță

Prezentarea realizării sarcinilor de realizare a proiectului. Obținerea notei minime de „5”

10. Criterii de evaluare

Activitate	Componente evaluare	Metodă de evaluare, Criterii de evaluare	Pondere în nota finală a activității	Ponderea în evaluarea disciplinei
Proiect/Lucrare de an	Sarcinile 1-22	Prezentare/discurs public	100%	100%