

MARKETING ȘI PROMOVARE ONLINE

1. Date despre disciplină/modul

Facultatea	Calculatoare, Informatică și Microelectronică				
Departamentul	Inginerie Software și Automatică				
Ciclul de studii	Ciclul II, Studii superioare de master				
Programul de studii	Tehnologia informației				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
Anul II (<i>învățământ cu frecvență</i>)	III	PA	S – uniune de curs de specialitate	O - unitate de curs obligatorie	5

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ		Din care		
		Ore auditoriale	Lucrul individual	
		Proiect	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
Învățământ cu frecvență	300	80	80	140

3. Precondiții de acces la disciplină/modul

Conform planului de învățământ	Realizarea unui proiect de promovare online pentru afacere, instituție de stat, organizație non-profit, un serviciu, aplicație existente și funcționale sau a unei inițiative noi.
Conform competențelor	Să capete abilități de utilizare a instrumentelor, metodelor și canalelor de promovare online, să participe la exerciții reale de folosire a acestora, să cunoască principiile de alegere soluțiilor potrivite în dependență de specificul proiectelor.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Proiect	• Pentru prezentarea materialului în sală este nevoie de proiector și calculator. • Tematica proiectului trebuie să fie aleasă din tematicile disciplinei. • Se lucrează doar în echipe, recomandabil 2-3 persoane, dar nu mai mult de 4 membri, fiecare membru își asumă sarcini clare. • Acces la servicii online disponibile public care realizează anumite elemente din procesele de promovare. • Întâlniri săptămânale pentru raportarea progresului și primirea feedback-ului. • Documentația proiectului să includă particularități tehnice de implementare, diagrame aferente indicatorilor de marketing și raport final. • Demonstrarea proiectului de promovare online și a instrumentelor utilizate cu justificarea alegerii acestora în fața comisiei de evaluare. • Demonstrarea soluției și justificarea alegerilor în fața comisiei de evaluare.
----------------	--

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C3 Privind procesele de promovare online – Determinarea necesităților și priorităților de promovare online pentru proiecte din domenii variate: afaceri, instituții de stat, ONG, servicii, startup-uri, inițiative comunitare, activități personale și altor domenii de aplicare – Selectarea mediilor și a canalelor de promovare online potrivite în dependență de particularitățile proiectului – Determinarea instrumentelor potrivite pentru promovarea online în dependență de mixul de canale de promovare ales – Desfășurarea analizei procesului de promovare și interpretarea rezultatele activităților de promovare online C4 Privind instrumentele, tehnologiile și practicile de promovare online – Determinarea problemelor, neajunsurilor și deficiențelor în promovarea online până la etapa de alegere a soluțiilor tehnice și a instrumentelor – Formarea capacității de determinare a caracteristicilor potrivite a instrumentelor de promovare online – Înțelegerea diferențelor dintre serviciile/produsele/aplicațiile gratuite și a celor cu plată și determinarea avantajelor unei categorii față de cealaltă
--------------------------------	---

Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale CT3. Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea propriilor cunoștințe profesionale, economice și de cultura organizațională 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).
--------------------------------	--

6. Obiectivele disciplinei/modulului

Obiectivul general	Modulul își propune să pregătească studenți care dețin competențe în domeniul tehnologiilor informaționale sau care în practică tehnologiile să îmbunătățească potențialul proiectelor, afacerilor sau organizațiilor în care activează prin promovarea online. Subiectele includ activități de studiere a instrumentelor diverse de promovare în mediul online precum prezența web, rețelele de socializare, comunicarea prin campanii de email, optimizările pentru motoarele de căutare, realizarea activităților conexe în mediul offline sau în medii tradiționale de comunicare precum tv/radio/tipărituri.
Obiectivele specifice	Se dorește dezvoltarea următoarelor calități: • Dezvoltarea abilităților de alegere corectă a mediilor de promovare online în dependență de caz • Acumularea cunoștințelor și deprindere de analiză critică a instrumentelor de promovare online și identificare a soluțiilor noi • Distribuirea sarcinilor ce țin de procesele de promovare online între membrii echipei de proiect sau între specialiștii companiei în care e implementat proiectul sau chiar distribuirea acestora către companii specializate sau freelanceri • Desfășurarea analizei eficienței procesului de promovare online • Acumularea practicilor de testare a soluțiilor de promovare la scară mică pentru determinarea replicării/multiplicării celor eficiente la scară mare

7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
1. Introducere în marketingul digital: concept, tendințe, diferența față de marketingul și promovarea tradițională	4
2. Medii și canale de promovare online	4
3. Determinarea și stabilirea obiectivelor de marketing online	4
4. Brandul online, crearea și gestionarea identității imaginii digitale: naming, logo, identitate vizuală	8
5. Paginile web: tipologie, complexitate, utilitate	6
6. Componentele tehnice ale paginilor web: domain, hosting, buildere, CMS	6
7. Rețelele de socializare: facebook, instagram, youtube, X, tiktok, linkedin, altele	8
8. Promovarea prin newsletter	8
9. Conținuturi umane promovarea online: copywriting, stockuri, foto-video	6
10. Conținuturi generative AI	6
11. Conținuturi produse la comandă: platforme, grupuri, companii	6
12. Publicitatea plătită online: Google Adds, Meta, Point, alte platforme	8
13. Instrumente de monitorizare: analytics, webmasters tools, meta adds reporting, SEMrush, Hotjar	6
Total:	80
Tematica lucrărilor practice: implementarea proiectului de promovare online	

8. Referințe bibliografice

Principale	1. "Digital Marketing Strategy" (2023, ediția a 2-a) - Simon Kingsnorth 2. "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" (2016) - Jonah Berger 3. "Marketing 5.0: Technology for Humanity" (2021) - Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan 4. "SEO 2023: Learn Search Engine Optimization" (2023, ediția a 9-a) - Adam Clarke 5. "Social Media Marketing Workbook" (2022, ediția a 8-a) - Jason McDonald 6. "Influence: The Psychology of Persuasion" (2006, ediția revizuită) - Robert B. Cialdini 7. "Epic Content Marketing" (2023, ediția actualizată) - Joe Pulizzi 8. "Hooked: How to Build Habit-Forming Products" (2014) - Nir Eyal
-------------------	--

Suplimentare	9. HubSpot Academy - https://academy.hubspot.com/ 10. Google Digital Garage - https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage 11. Neil Patel Blog - https://neilpatel.com/blog/ 12. Social Media Examiner - https://www.socialmediaexaminer.com/ 13. MarketingProfs - https://www.marketingprofs.com/ 14. Content Marketing Institute - https://contentmarketinginstitute.com/ 15. Coursera și edX - cursuri de marketing digital 16. Google Trends - https://trends.google.com/ 17. Canva Design School - https://www.canva.com/learn/ 18. Semrush Academy - https://www.semrush.com/academy/
---------------------	---

9. Utilizarea IA generativă

Permisivitatea de utilizare	Utilizarea IA generative în cadrul temelor și proiectelor este admisă și încurajată, cu condiția ca studenții să respecte următoarele reguli: - IA generativă poate fi utilizată pentru generarea de idei, structuri de text sau cod, dar toate materialele generate trebuie să fie revizuite și ajustate de către student pentru a se asigura că acestea corespund cerințelor academice. - Orice utilizare a IA generative trebuie să fie declarată în secțiunea de apendice a fiecărei lucrări, folosind fraza: "În timpul pregătirii acestei lucrări, autorul a utilizat [NUME INSTRUMENT / SERVICIU] în scopul [MOTIV]. După utilizarea acestui instrument/serviciu, autorul a revizuit și editat conținutul după cum a fost necesar și își asumă întreaga responsabilitate pentru conținutul lucrării."
Restricții de utilizare	Studenții nu trebuie să considere IA generativă ca o sursă de încredere pentru informații, deoarece nu oferă referințe clare sau surse documentate. - Nu este permisă citarea directă a conținutului generat de IA în lucrările academice ca și cum ar fi sursă primară. - Activitățile în care este interzis utilizarea IA generativă sunt specificare de profesor și sunt de regulă evaluări intermediare și finale sau care nu presupun activități de dezvoltare a competențelor profesionale.

10. Evaluare

Periodică și curentă		Evaluarea finală
Evaluare 1	Evaluare 2	
30%	30%	40%
Standard minim de performanță: inițierea proiectului de promovare și utilizarea minimă aplicabilă a instrumentelor de promovare online.		
Prezența și activitatea la seminarele/atelierele de lucru; <i>Obținerea notei „5” la fiecare dintre evaluări; Obținerea notei „5” la lucrarea de examinare finală;</i> Evaluarea curentă, fiind de tip formativ și oferind studenților/echipei un feedback continuu la activitățile de proiectare sau modulele integrate, asigură evaluarea studentului cu nota echipei de lucru. Examenul final, fiind o evaluare sumativă, se realizează oral în baza proiectului prezentat public de echipă și discuții/interviuri individuale (în prezența echipei sau nu). Aprecierile obținute la examinare sunt individuale și constituie 40% din nota finală.		

11. Criterii de evaluare

Activitate	Componente evaluare	Metodă de evaluare, criterii de evaluare	Pondere în nota finală a activității	Ponderea în evaluarea disciplinei
Evaluare I	Prezența și participarea la seminare	Observație directă, fișă de prezență	50%	30 %
	Calitatea lucrărilor realizate în timpul atelierelor	Analiză practică, punctaj pentru fiecare sarcină rezolvată	50%	
Evaluare II	Prezentarea unei soluții funcționale	Evaluare practică, demonstrarea funcționalității soluției propuse	70%	30 %
	Colaborarea în echipă și respectarea termenelor	Feedback de la colegi și observațiile coordonatorului	30%	
Evaluarea finală	Prezentarea publică a proiectului final	Examinare orală, claritatea expunerii, justificarea deciziilor	60%	40%
	Documentația proiectului (conținut, structură, claritate)	Analiza documentației conform criteriilor predefinite	40%	