

ANTREPRENORIATUL DIGITAL
1. Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Calculatoare, Informatică și Microelectronică				
Catedra/departamentul	Ingineria Software și Automatică				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	0613.3 Ingineria software				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
IV (învățământ cu frecvență);	7	E	U-unitate de curs de orientare socio-umanistă	A-Unitate de curs opțională	5

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Seminar/Laborator	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
150	30	30/15	-	30	45

3. Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ de	Teoria economică, Etica și cultura profesională
Conform competențelor	Cunoașterea categoriilor economice de bază

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator.
Seminar	Dialog activ cadru didactic-studenți în vederea însușirii materialului predat la orele de curs și a celui studiat independent de studenți, rezolvarea problemelor, lucru în grup și individual.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Privind fundamentele științifice și ingineresti ale tehnologiilor informaționale <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificarea și definirea conceptelor, teoriilor și metodelor de științe fundamentale și aplicative suport pentru ingineria tehnologiilor informaționale. ✓ Explicarea soluțiilor ingineresti prin utilizarea tehnicilor, conceptelor și principiilor din științele exacte și aplicative . ✓ Rezolvarea prob-lor din domenii de activitate umană. ✓ Alegerea criteriilor și metodelor pentru analiza avantajelor și dezavantajelor metodelor și procedeele aplicate la soluționarea problemelor. ✓ Identificarea și aplicarea metodelor și algoritmilor învățați pentru probleme tip ale științelor fundamentale și aplicative.
-------------------------	---

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/modulului

Obiectivul general	Cunoaștere și înțelegerea diferitelor forme de comerț electronic; utilizarea corectă a noțiunilor, categoriilor, conceptelor Comerțului electronic; Cunoștințe teoretice și deprinderi practice de culegere, prelucrare și analiză a datelor necesare administrării unor platforme de comerț electronic; Cunoștințe teoretice și deprinderi practice de a utiliza instrumentele software specifice administrării afacerilor din aria comerțului electronic; Cunoștințe teoretice și deprinderi practice de a administra activități de securitate în domeniul comerțului electronic
Obiectivele specifice	Înțelegerea noțiunilor de bază în domeniul comerțului electronic.

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
Tematica prelegerilor	
T1. Introducere în comerțul electronic	2
T2. Etape și cerințe pentru crearea site-urilor de comerț electronic	2
T3. Securitatea Comerțului Electronic. Securitatea în Internet. Noțiuni de criptografie. Fire-walluri, Certificate digitale	2
T4. Securitatea Comerțului Electronic: Servicii și mecanisme de securitate. Clasificarea sistemelor de securitate. Protocoale de securizare a tranzacțiilor. Soluții de securitate la nivel rețea. Soluții de securitate la nivel transport. Soluții de securitate la nivel aplicație	4
T5. Comerțul electronic mobil	2
T6. Sisteme de plată pentru comerțul electronic	2
T.8. Strategii de marketing electronic	2
T.9. Mix-ul de marketing electronic	2
T.10. Managementul marketingului electronic	2
T.11. Proprietate Intelectuală. Brevete. Marci. Brand	4
T.12. Analiza datelor în comerțul electronic	2
T.13. Secretele succesului în comerțul electronic	2
T.14. Viitorul comerțului electronic	2
Total prelegeri:	30

MD-2060, CHIȘINĂU, STR. DACIA, 41, TEL: 022 56-76-74, www.utm.md

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
Tematica seminarelor	
S1. Conceptul de marketing și evoluția acestuia.	4
S2. Factorii micro - și macromediul de marketing al întreprinderii.	4
S3. Calculul capacității pieței și cotei de piață.	4
S4. Etapele unei cercetări de marketing.	4
S5. Analiza comportamentului consumatorului, factorilor de influență și a procesului deciziei de cumpărare.	4
S6. Componentele politicii de produs. Etapele ciclului de viață a produsului.	4
S7. Elaborarea strategiei de preț. Strategii de distribuție.	4
S8. Componentele politicii promoționale.	2
Total seminare:	30

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
Tematica laboratoarelor	
Reguli de desfășurare activități de seminar; studiu de caz – business on-line	2
Elaborarea unui chestionar de evaluare a satisfacției clienților pe internet	2
Studii de caz – firme care s-au remarcat pentru vânzarea produselor și serviciilor on-line	2
Plan de marketing	2
Piața virtuală – segmentare, alegerea pieței țintă	2
Analiza SWOT și analiza concurențială	2
Strategii de comerț electronic; prezentarea planului de marketing realizat	3
Total seminare:	15

8. Referințe bibliografice

De bază	1. ARMSTRONG, G., HARKER, M., KOTLER, Ph, BRENNAN, R., Marketing: An Introduction, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, 2009. 2. COJUHARI, A. Cercetări de marketing. Chișinău: Evrica, 2006. 3. COSMA, S., BOTA, M., Bazele marketingului, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca,
---------	--

	<p>2004.</p> <p>4. HARNĂU S. și a. Marketing. Chișinău: BIZPRO, Biblioteca antreprenorului, 2003.</p> <p>5. KOTLER, Ph., ARMSTRONG, G., WONG, V., SAUNDERS, J. A., Principles of marketing, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, 2008.</p> <p>6. KOTLER, Ph., Managementul marketingului, ediția a 4-a, Editura: Teora, București, 2004.</p>
Opționale	<p>7. ANGHEL, L. Marketing: curs. București: A.S.E., 2000.</p> <p>8. KOTLER, Ph., Kotler despre marketing - Cum să creăm, cum să câștigăm și să dominăm piețele. Editura: Curier Marketing, București, 2003.</p> <p>9. KOTLER, Ph. Marketing de la A la Z. București: Codus, 2004.</p> <p>10. SASU, C. Marketing internațional. Iași: Polirom, 2005.</p>

9. Evaluare

Curentă		Proiect de an	Examen final
Atestarea 1	Atestarea 2		
30%	30%	0	40%
Standard minim de performanță			
Prezența și activitatea la prelegeri și seminare; Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări			