



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Management, marketing și administrarea afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Licenta
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	E-marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Bogdan Anastasiei						
2.3 Titularul activităților de seminar	Bogdan Anastasiei, Cristian Nistor						
2.4 An de studiu	1	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	EVP	2.7 Regimul disciplinei*	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					36
Tutoriat					16
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Număr de credite					6

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing general
4.2 De competențe	Nu este cazul

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Nu este cazul



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing C2. Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing (1 credit) C3. Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței (1 credit) C4. Aplicarea cunoștințelor specifice <i>mix-ului de marketing</i> pentru elaborarea unui program de marketing (1 credit) C5. Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare (0.5 credite) C6. Propunerea modalităților de creștere a eficienței organizării activităților de marketing (0.5 credite)
Competențe transversale	CT1. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	În urma absolvirii cursurilor la această disciplină, studentul va fi capabil să creeze o strategie de promovare a unei firme prin mijloace digitale (website, email, social media, video etc.)
7.2 Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none">• Înțelegerea principiilor de bază ale marketingului online• Cunoașterea instrumentelor de cercetare a pieței și concurenței pe Internet• Structurarea unui site Web după regulile marketingului• Abilitatea de a crea un text proporțional pe Internet• Abilitatea de a promova un site Internet și de a atrage trafic și clienți

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	INTERNETUL SI MARKETINGUL	Expunere, discutii	1
2.	CERCETARE PIETEI PE INTERNET	Expunere, discutii	3
3.	CREAREA UNUI CANAL DE CONVERSIE	Expunere, discutii	4



4.	REGULI DE COPYWRITING PE WEB	Expunere, discutii	3
5.	ATRAGEREA TRAFICULUI PRIN MOTOARE DE CAUTARE	Expunere, discutii	3
6.	RECLAMA PLATITA PE INTERNET	Expunere, discutii	4
7.	MARKETINGUL PRIN EMAIL	Expunere, discutii	3
8.	MARKETINGUL PRIN SOCIAL MEDIA	Expunere, discutii	3

Bibliografie**Referințe principale:**

Juddy Strauss, Raymond Frost, *E-marketing*, Prentice Hall, 2011

Dave Chaffey, *E-marketing excellence*, Butterworth-Heinemann, 2011

Referințe suplimentare:

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Cercetarea de marketing online: crearea unui chestionar online	Aplicatii practice	2
2.	Metode specifice de cercetare de marketing online: keyword research	Aplicatii practice	4
3.	Crearea și administrarea unui blog	Aplicatii practice	2
4.	Crearea unui <i>landing page</i> pentru generarea de <i>lead-uri</i>	Aplicatii practice	4
5.	Site-ul companiei	Aplicatii practice	2
6.	Crearea și gestionarea unei campanii Facebook Ads	Aplicatii practice	3
7.	Crearea și gestionarea unei campanii Google Ads	Aplicatii practice	3



6.	Elemente de bază AdSense	Aplicatii practice	2
7.	Campanie de emailing	Aplicatii practice	2

Bibliografie

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

La finalul semestrului, conținutul cursului este discutat cu studenții, aceștia fiind invitați să ofere feedback anonim privind structura cursului, metodele de predare, punctele tari și mai ales punctele slabe ale cursului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Asimilarea materiei de la curs	Test grila	40
10.5 Seminar/ Laborator	Punerea în aplicare a unei strategii de e-marketing	Proiect de semestru	60
10.6 Standard minim de performanță			
Nota 5 la testul grila			

Data completării
15.02.2022

Titular de curs
Conf. dr. Bogdan Anastasiei

Titular de seminar
Lect. dr. Cristian Nistor

Data avizării în departament

Director de departament

Conf. dr. Andrei NEȘTIAN