

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Marketing și comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing pe Internet						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					60
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					10
Examinări					10
Alte activități:					-
3.7 Total ore studiu individual	144				
3.8 Total ore pe semestru	200				
3.9 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Marketing general
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Sisteme informatice de marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sala de curs dotata cu videoproiector, ecran de proiecție, computer
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sala de laborator în care poate fi utilizată platforma de simulări de marketing online SIMBOUND, www.simbound.com



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea componentelor unei strategii de marketing online; • Cunoașterea principalelor avantaje ale utilizării tehnicilor de marketing online ; • Însușirea unui set de cunoștințe de bază referitoare la evaluarea campaniilor de online marketing prin indicatori cheie de performanță specifici (Web Analytics); • Dezvoltarea abilităților de luare a deciziilor privind alocarea unui buget pe diferite tehnici de marketing online, în cadrul unei platforme de simulare; • Dezvoltarea abilităților de optimizare a campaniilor de marketing în mediul online în urma participării la simularea virtuală Simbound; • Capacitatea masteranzilor de a lucra în echipă cu informaticieni în vederea implementării unor site-uri web care să ofere o experiență agreabilă vizitatorilor.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă care proiectează campanii de marketing online și aplicarea de tehnici de relaționare eficientă în cadrul echipei; • Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea interdependențelor și relațiilor de cauzalitate dintre metodele de marketing online.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea metodelor de marketing online și aplicarea acestora în funcție de provocările unei firme; - Dezvoltarea capacității studenților de a analiza rezultatele campaniilor de marketing online; - Dezvoltarea abilităților de lucru în echipă și stimularea spiritului de competiție între echipele participante la simulările de marketing online; - Dezvoltarea abilităților de proiectare a unor site-uri web care să respecte cerințele vizitatorilor.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Marketing online – concept și avantaje într-un mediu de afaceri hipercompetitiv	Prelegere, dezbateri	4 ore
2. Mixul de E-Marketing	Prelegere, studii de caz	4 ore
3. Search Engine Marketing. Google AdWords	Prelegere, dezbateri	4 ore
4. Online Advertising și Affiliate Marketing	Prelegere, dezbateri	4 ore
5. Video Marketing și E-mail Marketing	Prelegere, dezbateri	4 ore
6. Social Media Marketing	Prelegere, dezbateri	4 ore
7. Web Analytics – Evaluarea performanțelor campaniilor de online marketing. Google Analytics	Prelegere, dezbateri	4 ore
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea platformei de simulări de marketing Simbound și a	Simulare campanii	20 ore



condițiilor generale ale simulării de marketing Construirea echipelor participante la simularea SIMBOUND, definirea responsabilităților fiecărui participant la simulare, prezentarea rolului coordonatorului simulării; Luarea deciziilor de online marketing (Search Engine Marketing, E-Mail Marketing și Website Management) pe parcursul a 8 runde de simulare și analiza rezultatelor de către fiecare echipă în vederea îmbunătățirii deciziilor și implicit a rezultatelor; Interpretarea rezultatelor echipelor participante la sfârșitul fiecărei runde de simulare; Evaluarea performanțelor echipelor implicate în simularea Simbound	marketing online SIMBOUND	
Proiectarea de site-uri web pe baza unor seturi de template-uri predefinite	Studii de caz	8 ore
Bibliografie 1. Capatina A., Bleoju G. – „Marketing pe Internet”, Ed. Academica, Galați, 2006 2. Stokes Rob, E-Marketing. The essential guide to Marketing in a Digital World, 5th Edition, 2013		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținutul curriculei a fost adaptat cerințelor de învățare activă a conceptelor de marketing, ce au aplicabilitate în afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Testarea cunoștințelor teoretice	Test grilă	30%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea unui raport privind avantajele învățării active cu ajutorul simulării SIMBOUND	Evaluare grad implicare în simularea SIMBOUND	40%
	Evaluare proiecte design website-uri comerciale	Evaluare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea metodelor de simulare a activităților de marketing 			

