

## FUNDAMENTELE MARKETINGULUI DIGITAL

### 1. Date despre disciplină/modul

|                            |                                        |                        |                             |                                   |                     |
|----------------------------|----------------------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| <b>Facultatea</b>          | Inginerie economică și Business        |                        |                             |                                   |                     |
| <b>Departamentul</b>       | Teorie economică și Marketing          |                        |                             |                                   |                     |
| <b>Ciclul de studii</b>    | Studii superioare de Master, ciclul II |                        |                             |                                   |                     |
| <b>Programul de studii</b> | Marketing digital                      |                        |                             |                                   |                     |
| <b>Anul de studii</b>      | <b>Semestrul</b>                       | <b>Tip de evaluare</b> | <b>Categoria formativă</b>  | <b>Categoria de opționalitate</b> | <b>Credite ECTS</b> |
| I                          | I                                      | E                      | F - Disciplină fundamentală | O - Disciplină obligatorie        | 5                   |

### 2. Timpul total estimat

| Total ore în planul de învățământ | Din care        |                            |                   |                               |                     |
|-----------------------------------|-----------------|----------------------------|-------------------|-------------------------------|---------------------|
|                                   | Ore auditoriale |                            | Lucrul individual |                               |                     |
|                                   | Curs            | Lucrări practice/laborator | Proiect de an     | Studiul materialului teoretic | Pregătire aplicații |
| 150                               | 20              | 20                         | -                 | 110                           | -                   |

### 3. Precondiții de acces la disciplină/modul

|                                |       |
|--------------------------------|-------|
| Conform planului de învățământ | ----- |
| Conform competențelor          | ----- |

### 4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

|                   |                                                                                                                                                       |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Curs              | În sala cursului este necesar să fie proiector, tablă interactivă și calculator.                                                                      |
| Laborator/seminar | Conștientizarea nevoii de formare continuă, utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională. |

### 5. Competențe specifice acumulate

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competențe profesionale | CP3. Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață<br>CP5. Planificarea strategică a activității departamentului / serviciului<br>CP11. Gestionarea campaniilor de comunicare ale organizației<br>CP12. Monitorizarea contextului creativ în realizarea activităților de marketing<br>CP13. Realizarea controlului activității de marketing (audit de marketing) al companiei / instituției<br>CP14. Eficientizarea activităților de marketing |
| Competențe generale     | CG1.Utilizarea conceptelor și teoriilor economice fundamentale<br>CG2. Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## 6. Obiectivele disciplinei/modulului

|                       |                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Obiectivul general    | Familiarizarea și integrarea masteranzilor în domeniul marketingului digital și prezentarea conceptului general de marketing digital.                                           |
| Obiectivele specifice | Formarea și consolidarea cunoștințelor teoretice și abilităților practice a masteranzilor, necesare pentru cunoașterea aspectelor fundamentale specifice marketingului digital. |

## 7. Conținutul disciplinei/modulului

| Tematica activităților didactice                                                                                              | Numărul de ore          |                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------|
|                                                                                                                               | învățământ cu frecvență | învățământ cu frecvență redusă |
| <b>Tematica cursurilor</b>                                                                                                    |                         |                                |
| 1. Introducere în marketingul digital                                                                                         | 2                       |                                |
| 2. Strategia de marketing digital                                                                                             | 2                       |                                |
| 3. Comportamentul consumatorului în era digitală, avatar (Buyer Persona), Jobs To Be Done (JTBD) și conceptul celor 5 EST-uri | 2                       |                                |
| 4. Organizarea Departamentului de marketing digital și planificarea strategică                                                | 2                       |                                |
| 5. Planul de acțiuni și managementul proiectelor digital                                                                      | 2                       |                                |
| 6. Raportarea și analiza performanței canalelor de comunicare în marketingul digital                                          | 2                       |                                |
| 7. Website-uri și SEO                                                                                                         | 2                       |                                |
| 8. SEM și SMM                                                                                                                 | 2                       |                                |
| 9. Content marketing și storytelling, email marketing și automatizarea marketingului                                          | 2                       |                                |
| 10. Tendințe viitoare în marketingul digital și impactul tehnologiilor emergente                                              | 2                       |                                |
| <b>Total curs:</b>                                                                                                            | <b>20</b>               |                                |

| Tematica activităților didactice                                                                                              | Numărul de ore          |                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------|
|                                                                                                                               | învățământ cu frecvență | învățământ cu frecvență redusă |
| <b>Tematica lecțiilor practice</b>                                                                                            |                         |                                |
| 1. Strategia de marketing digital                                                                                             | 2                       |                                |
| 2. Comportamentul consumatorului în era digitală, avatar (Buyer Persona), Jobs To Be Done (JTBD) și Conceptul celor 5 EST-uri | 4                       |                                |
| 3. Organizarea departamentului de marketing digital și planificarea strategică                                                | 2                       |                                |
| 4. Planul de acțiuni și managementul proiectelor digital                                                                      | 4                       |                                |
| 5. Raportarea și analiza performanței canalelor de comunicare în marketingul digital                                          | 2                       |                                |
| 6. Website-uri și SEO                                                                                                         | 2                       |                                |
| 7. SEM și SMM                                                                                                                 | 2                       |                                |
| 8. Content marketing și storytelling, email marketing și automatizarea marketingului                                          | 2                       |                                |
| <b>Total lecții practice:</b>                                                                                                 | <b>20</b>               |                                |

## 8. Referințe bibliografice

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Principale   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NICHIFOR E., BRATUCU G. <i>Marketing digital</i>. Bucuresti: Editura Universitara, 2023. 282 p. ISBN 978-606-28-1538-7</li> <li>2. CHAFFEY D., ELLIS-CHADWICK F. <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i> (7th Edition). Pearson, 2019. 568 p. ISBN 978-129-224-157-9</li> <li>3. KOTLER P., ARMSTRONG G. <i>Principles of Marketing</i> (17th Edition). Pearson, 2018. 736 p. ISBN 978-129-222-017-8</li> <li>4. Curs plasat pe platforma Moodle <a href="https://moodle.utm.md/course/view.php?id=5596">https://moodle.utm.md/course/view.php?id=5596</a></li> </ol>                                                                                                                                |
| Suplimentare | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SOLOMON M. R. <i>Consumer Behavior: Buying, Having, and Being</i> (12th Edition). Pearson, 2018. 576 p. ISBN 978-013-412-993-8</li> <li>2. Articole din <i>Harvard Business Review</i> despre tendințe în marketingul digital. Disponibil online: <a href="https://hbr.org">https://hbr.org</a></li> <li>3. Articole din <i>Journal of Digital Marketing</i> și <i>Harvard Business Review</i> despre evoluția marketingului și strategiile digitale. Disponibil online: <a href="https://hbr.org">https://hbr.org</a></li> <li>4. Articole din <i>Harvard Business Review</i> despre analiza datelor și luarea deciziilor bazate pe informații. Disponibil online: <a href="https://hbr.org">https://hbr.org</a></li> </ol> |

## 9. Evaluare

| Forma de învățământ                                       | Periodică |      | Curentă | Studiu individual | Examen |
|-----------------------------------------------------------|-----------|------|---------|-------------------|--------|
|                                                           | EP 1      | EP 2 |         |                   |        |
| Cu frecvență                                              | 15%       | 15%  | 15%     | 15%               | 40%    |
| Standard minim de performanță                             |           |      |         |                   |        |
| Prezența și activitatea la prelegeri și seminare          |           |      |         |                   |        |
| Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre evaluări. |           |      |         |                   |        |