

MARKETING PRIN CONȚINUT

1. Date despre disciplină/modul

Facultatea	Inginerie Economică și Business				
Departamentul	Teorie economică și Marketing				
Ciclul de studii	Studii superioare de Master, ciclul II				
Programul de studii	Marketing digital				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I (învățământ cu frecvență);	1	E	S – unitate 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		
	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	Cunoașterea principiilor de marketing digital, abilități de lucru la calculator.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector 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	CP10. Organizarea activităților de publicitate, relații publice și de informare publică CP11. Gestionarea campaniilor de comunicare ale organizației CP14. Eficientizarea activităților de marketing
Competențe generale	CG1.Utilizarea conceptelor și teoriilor economice fundamentale CG2. Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților

6. Obiectivele disciplinei/modulului

Obiectivul general	Familiarizarea studenților cu conceptele de bază specifice content marketingului.
--------------------	---

Obiectivele specifice	Formarea și consolidarea cunoștințelor teoretice și abilităților practice a masteranzilor, necesare pentru cunoașterea aspectelor fundamentale specifice content marketingului, crearea conținutului pentru online.
-----------------------	---

7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica cursurilor		
1. Introducere în Marketing prin conținut.	2	
2. Strategia de Marketing prin conținut	2	
3. Persuasiunea și etica în scrierea de conținut online	4	
4. Tehnici de scriere persuasivă în mediul online	4	
5. Crearea conținutului online	2	
6. Storytelling-ul	2	
Total curs:	20	

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica lecțiilor practice		
1. Analiza campaniilor de content marketing de succes	2	
2. Elaborarea unei mini-strategii de content marketing pentru un brand local	4	
3. Evaluarea conținutului din perspectiva persuasiunii și a eticii	4	
4. Producerea de conținut pentru blog: structură, stil, optimizare SEO	4	
5. Adaptarea conținutului pentru diferite platforme digitale	2	
6. Storytelling aplicat: redactarea unei povești de brand	4	
Total lecții practice:	20	

8. Referințe bibliografice

Principale	1. JOE WILSON SCHAEFER, Content Marketing: Essential Guide to Learn Step-by-Step the Best Content Marketing Strategies to Attract your Audience and Boost Your Business, , 2018 2. CARMINE GALLO, Secretul unui storyteller, Editura ACT si Politon, 2020 3. LEOTESCU G. S. Copywriting Sinteze și aplicații. Editura Universitari, 2023, ISBN: 978-606-14-1958-66 4. BRANESCU G. Da-mi banii tai. Metoda de copywriting. Editura: Tritonic. 2011 192 p. ISBN: 978-606-813-973-9 5. MASLEN A. 100 idei geniale de copywriting de la companii de top din intreaga lume. Editura: Adevarul 2011. 240 p. ISBN: 978-606-539-935-8 6. LAZĂR O. Copywriting pentru începători, Cluj-Napoca, 2014, ISBN: 978-973-0-16-193-9
Suplimentare	1. JONAH BERGER , Catalizatorul. Cum poți schimba opiniile oricui, Editura Publica, 2020 2. MUNTEANU, T.; Promovarea online prin conținut persuasiv, The 4th Economic International Conference "Competitiveness and sustainable development", 3rd-4th November 2022, ISBN 978-9975-45-739-2, p.140-144 3. MUNTEANU, T., Premisele implementării strategiei de comunicare organizațională la Instituția Publică Compania „Teleradio-Moldova”, The 3 Economic International

	Conference „Competitiveness and sustainable development in the context of european integration”, 4-5 November 2021, pag. 85-90, ISBN 978-9975-45-739-2.
--	---

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.					
Obținerea notei minime de „5” la evaluarea curentă și lucrul individual.					