



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024-2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Business
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Administrarea Afacerilor – extensia Bistrița

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing digital						
2.2. Codul disciplinei	ILR0096						
2.3. Titularul activităților de curs	Prof.dr. Smaranda Adina COSMA						
2.4. Titularul activităților de seminar	Asist.dr. Anghel Tudorel COZMA						
2.5. Anul de studiu	3	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul disciplinei	Opționala

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36	Din care: 3.5. curs	24	3.6. seminar	12
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminar/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități	Pregătire examen final				7
3.7. Total ore studiu individual					39
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">C3.3. Aplicarea instrumentarului adecvat pentru analiza relatiei de influenta exercitata de mediul extern asupra intreprinderii/ organizatieiC2.4. Evaluarea critic-constructiva a explicarii si / sau rezolvarii unei probleme vizând functionarea întreprinderii/ organizatiei
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	<ul style="list-style-type: none">Însușirea conceptelor din marketingul digital, astfel încât studenții să-și dezvolte abilități noi și să utilizeze noi instrumente specifice
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">înțelegerea elementelor fundamentale despre marketingul digitalînțelegerea modului în care este implementat marketingul digital în interiorul unei companiiînțelegerea modului în care se realizează comunicarea de marketing prin canalele media digitale și cum este evaluată și îmbunătățită performanța acestor canale

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți; Introducere în marketingul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
2	Analiza pieței online: micromediul și macromediul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
3	Modul în care se aplică marketingul digital B2C și B2B	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
4	Planificarea campaniei de marketing în mediul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	2 cursuri
5	Cercetarea de marketing în mediul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs



6	Strategia de segmentare-țintire-poziționare în marketingul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	2 cursuri
7	Mixul de marketing în mediul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
8	Marketingul relațional folosind platforme digitale	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
9	Relații publice în mediul online și managementul relațiilor prin influenceri; Parteneriate online, inclusiv marketing afiliat	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
10	Marketing viral; Strategia de marketing de conținut	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
11	Metode de măsurare în marketingul digital	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 curs
12	Examen	Examen scris	1 curs
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">1. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick F. (2019), Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice, Seventh Edition, New York: Pearson.2. Chaffey, D & Smith P.R. (2017), Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, Fifth Edition, New York: Routledge.3. Kingsnorth S.(2016), Digital Marketing strategy An integrated approach to online marketing, New York: Kogan Page Limited.4. Kotler M., Cao T., Wang S. & Qiao C. (2020), Marketing strategy in the digital age: applying Kotler's strategies to digital marketing, Singapore; Hackensack, NJ: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.5. Ryan D. (2014), Understanding Digital Marketing Marketing strategies for engaging the digital generation, third edition, New York: Kogan Page Limited.		

8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs și de seminar	Prezentare orală, multimedia, exemplificare	1 seminar
2	Aspecte fundamentale ale marketingului digital	Aplicații practice, discuții de grup	1 seminar
3	Dezvoltarea strategiei marketingului digital	Aplicații practice, discuții de grup	1 seminar
4	Implementarea marketingului digital	Aplicații practice, discuții de grup	2 seminare



5	Comunicarea de marketing folosind canale din mediul digital	Aplicații practice, discuții de grup	1 seminar
6	Evaluarea și îmbunătățirea performanței canalelor digitale	Aplicații practice, discuții de grup	1 seminar
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">1. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick F. (2019), Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice, Seventh Edition, New York: Pearson.2. Chaffey, D & Smith P.R. (2017), Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, Fifth Edition, New York: Routledge.3. Kingsnorth S.(2016), Digital Marketing strategy An integrated approach to online marketing, New York: Kogan Page Limited.4. Kotler M., Cao T., Wang S. & Qiao C. (2020), Marketing strategy in the digital age: applying Kotler's strategies to digital marketing, Singapore; Hackensack, NJ: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.5. Ryan D. (2014), Understanding Digital Marketing Marketing strategies for engaging the digital generation, third edition, New York: Kogan Page Limited.		

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

Temele abordate sunt similare celor abordate în alte centre universitare de prestigiu din țară și străinătate. În vederea adaptării conținuturilor disciplinei la cerințele pieței muncii au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe;
- Pentru a se calcula nota finală însumând punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">• înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate• corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate• coerența logică în gândire• corelarea conceptelor învățate	Examen final (în timpul cursului în săptămâna 12 și în weekendul din săptămâna 12)	60%



10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none">capacitatea de a aplica noțiunile de specialitate învățatecreativitateacapacitatea de a rezolva studii de caz și/ sau aplicații	Portofoliu de activități	40%
5.6. În perioada de restanțe, structura evaluării rămâne neschimbată.			
10.7. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">cunoașterea noțiunilor fundamentale predate;utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

18.04.2024

Prof. dr. Smaranda Adina Cosma

Asist.dr. Anghel Tudorel Cozma

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

22.05.2024

Conf. dr. Marius Bota