



## 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	MMAA
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	ANALIZA SI STRATEGIE DE MARKETING

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PROMOVARE ONLINE						
2.2 Titularul activităților de curs	LECT. DR. PATRICEA ELENA BERTEA						
2.3 Titularul activităților de seminar	LECT DR. PATRICEA ELENA BERTEA						
2.4 An de studiu	2	2.5 Semestru	1	2.6 Tip de evaluare	EXAMEN	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	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1	
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14	
Distribuția fondului de timp						
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele						32
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						32
Tutoriat						4
Examinări						10
Alte activități .....						
3.7 Total ore studiu individual						108
3.8 Total ore pe semestru (nr. de credite pe disciplina *25 ore pe credit)						136
3.9 Număr de credite						6

### 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

### 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Online
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Online

### 6. Competențe specifice acumulate



<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Să aplice gândirea strategică în analiza de campanii de promovare</li><li>- Să cunoască, clasifice și utilizeze canalele de comunicare online prin raportare la KPI</li><li>- Să cunoască diferența dintre cum evaluăm campanii digitale B2B și B2C</li><li>- Să cunoască rolurile ocupat de digital analyst într-o agenție de digital</li><li>- Să cunoască KPI în funcție de canalul digital utilizat în campanie</li></ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Să comunice la nivel profesionist, cu termeni de specialitate</li><li>- Să lucreze în echipe înțelegând rolurile care apar în cadrul unei agenții</li><li>- Să demonstreze capacitate de analiză și gândire strategică</li><li>- Să adopte o atitudine de tip problem-solving/critical thinking</li></ul>

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

<b>7.1 Obiectivul general</b>	Să cunoască care sunt metodele de evaluare a canalelor digitale și indicatorii de performanță.
<b>7.2 Obiectivele specifice</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- să cunoască cum se evaluează o campanie</li><li>- să cunoască indicatorii de performanță în funcție de canalul utilizat</li><li>- să cunoască și să utilizeze software de analiză a datelor în digital</li></ul>

### 8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare Online/ Onsite	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Curs introductiv	Prelegere online	2
2.	Indicatori de măsurare a pieței	Prelegere online	2
3.	Indicatori de măsurare - SEO	Prelegere online	2
4.	Indicatori de măsurare – Google Ads	Prelegere online	2



5.	Indicatori de măsurare – Facebook	Prelegere online	2
6.	Indicatori de măsurare - Youtube	Prelegere online	2
7.	Software de Digital Analytics & Raportare	Prelegere online	2

**Bibliografie**

- Gupta, Shaphali, et al. "Digital analytics: Modeling for insights and new methods." *Journal of interactive marketing* 51 (2020): 26-43. <https://www.amazon.com/Type-Screen-Critical-Designers-Developers/dp/161689170X>
- Järvinen, Joel. "The use of digital analytics for measuring and optimizing digital marketing performance." *Jyvässkylä studies in business and economics* 170 (2016).
- Borel, Laurence-Helene, and George Christodoulides. "Branding and digital analytics." *The Routledge Companion to Contemporary Brand Management*. Routledge, 2016. 287-300.
- Saura, José Ramón, Pedro Palos-Sánchez, and Luis Manuel Cerdá Suárez. "Understanding the digital marketing environment with KPIs and web analytics." *Future Internet* 9.4 (2017): 76.
- Sponder, Marshall, and Gohar F. Khan. *Digital analytics for marketing*. Routledge, 2017.
- <https://www.emag.ro/crescuti-digital-don-tapscott-pub973-1931-60-9/pd/E3PYW0BBM/>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-cee/>
- Harvard Business Review  
<https://hbr.org/>
- <https://www.prweek.com/us/technology>
- <https://blog.google/products/ads-commerce/>
- <https://www.thedrum.com/profile/case-studies>
- <https://www.commarts.com/interactive>
- <https://www.awwwards.com/>
- <https://searchengineland.com/library/channel/ppc>
- <https://droga5.com/news/>
- [www.adweek.com](http://www.adweek.com)
- <https://www.hugeinc.com/work/>

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

- conținutul este elaborat conform cu așteptările pieței prin consultări frecvente cu practicieni.

**10. Evaluare**

<b>Tip activitate</b>	<b>10.1 Criterii de evaluare</b>	<b>10.2 Metode de evaluare</b>	<b>10.3 Pondere în nota finală (%)</b>
<b>10.4 Curs</b>	- certificări Google/Hubspot - prezentare concepte Analitica Digitala Sau - examen	- proiecte individuale	50%
<b>10.5 Seminar/ Laborator</b>	- elaborarea unui plan de măsurare pentru o campanie de promovare pentru o agentie de digital si un client potential	- proiect de echipă	50%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b>			
Nota 5 la seminar. Nota 5 la curs			

Data completării

Titular de curs

Titular de seminar

22.09.2021

Lect. Dr Patricea Elena Bertea

Lect. Dr Patricea Elena Bertea

Data avizării în departament

Director de departament

22.09.2021

Conf. Univ. dr. Andrei Nestian