

**FIȘA DISCIPLINEI**  
(licență)

**1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Departamentul de calculatoare, electronică și automatică
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență (înv. cu frecvență)
Programul de studii/calificarea	Media digitală

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>OPTIMIZARE ȘI MARKETING ÎN MOTOARELE DE CĂUTARE (SEO ȘI SEM)</b>				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. ing. Eugen COCA				
Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. ing. Eugen COCA				
Anul de studiu	III	Semestrul	5	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DI

**3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)**

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Laborator	2
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Laborator	28

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	34
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	12
II d) Tutoriat	
III Examinări	3
IV Alte activități:	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	66
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	125
Numărul de credite	5

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Curriculum	
Competențe	

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

Desfășurare a cursului	PC, videoproiector, ecran de proiecție, materiale pentru prezentare în format PPT și multimedia	
Desfășurare aplicații	Seminar	
	Laborator	Laborator dotat cu 12 calculatoare PC cu sistem de operare minimum Windows 7, conectate la Internet
	Proiect	

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare prin intermediul mediilor digitale
-------------------------	---

Competențe transversale	CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
-------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	Aprofundarea cunoștințelor necesare operaționalizării strategiei de marketing pe Internet a organizațiilor contemporane Cunoașterea particularităților și tehnologiei asociate Internetului în prezent Crearea deprinderilor analitice necesare identificării funcționalității site-urilor web în raport cu obiectivele organizației
Obiective specifice	Odată cu însușirea noțiunilor din cursuri și aprofundarea acestora, studenții vor avea competențe în ceea ce privește: - cunoașterea structurii și modului de administrare a rețelei Internet - analiza modalităților de desfășurare a tranzacțiilor online și a problemelor de securitate asociate Determinarea tipurilor de tranzacții care se desfășoară pe piața virtuală Identificarea etapelor de implementare a strategiei de marketing pe internet Analiza promovării pe Internet a organizației având la bază și optimizarea indexării în motoarele de căutare Analiza website-urilor din perspectiva indicatorilor de performanță Analiza pieței de web advertising

### 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Istoricul și evoluția mediului online - Prezentare Internet - Modul de structurare al Internetului - Modul de administrare și funcționare al Web-ului - Poșta electronică (e-mail) - Impactul Internetului asupra mediului	2	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
2. Comerțul electronic - Organizațiile virtuale și tehnologiile VPN - Comerțul electronic - Modalități de utilizare a Internetului pentru afaceri - Tranzacții comerciale pe piața virtuală - Modele de afaceri electronice - Tipuri de site-uri web	4	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
3. Cercetarea de marketing on-line - Conținutul cercetării de marketing online - Avantajele și dezavantajele cercetării de marketing online - Etapele procesului de cercetare în marketingul online - Metode de sondare online versus metodele offline	4	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
4. Planificarea marketingului online - Diferențele marketingului pe internet comparativ cu marketingul clasic - Planul strategic de dezvoltare a unui site web - Planul strategic de marketing - Politica de distribuție în mediul online - Politica de promovare în mediul online	2	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
5. Optimizarea site-ului pentru motoarele de căutare - Site-ul web din perspectiva utilizatorului/clientului - Alegerea expresiilor frecvent utilizate de clienți pe motoarele de căutare - Indexarea site-ului în motoarele de căutare - Campanii SEM	4	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
6. Analiza vizibilității și a traficului pe un site - Analiza vizibilității paginilor web - Analiza traficului pe site - Optimizare on-page și off-page - Optimizare White-hat și Black-hat - Măsurarea performanțelor unui site web	4	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	

7. Soluții de găzduire a site-urilor - Găzduirea pe servere dedicare versus servere partajate - Optimizarea timpului de încărcare a site-ului - Soluții de optimizare	2	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
8. Elemente de construcție a paginilor Web - Elemente introductive - HTML - PHP - CSS - Bootstrap - Baze de date - Platforme opensource - Dezvoltarea in-house versus utilizarea unor furnizori de servicii	4	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
9. Securitatea informațiilor pe Internet și considerații legislative - Securitatea transmiterii informațiilor digitale în mediul online - Cadrul legislativ referitor la comerțul electronic - Protecția utilizatorilor și a datelor personale	2	expunerea, prelegerea-dezbateri, demonstrația	
	<b>28</b>		
<b>Bibliografie</b> 1. SEO Step-by-Step: The Complete Beginner's Guide to Getting Traffic from Google Copyright, 2014 by Caimin Jones 2. Buchmann, R., A. - Conceperea, proiectarea și realizarea afacerilor pe Internet, Risoprint, ClujNapoca, 2004. 3. Buraga, S. - Proiectarea siturilor Web. Design și funcționalitate. Editura Polirom, Iași, 2002. 4. Holden, Greg - Starting an Online Business For Dummies, 6th Edition. Wiley Publishing, Inc., 2010. 5. Holden, Kristen & Hudson, Mike - The SEO Business Guide. SitePoint Pty.Ltd., 2010. 6. Jones, Kristopher B. - Search Engine Optimization: Your visual blueprint for effective Internet marketing, 2nd Edition. Wiley Publishing, Inc, 2010. 7. <a href="https://developers.google.com/search/docs">https://developers.google.com/search/docs</a> 8. Materiale de curs și bibliografice disponibile pe platforma Google Classroom, actualizate 2022			

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Lucrări de laborator			
1. Prezentarea ciclului de lucrări și a resurselor utilizate. Introducere în optimizarea și promovarea online a unui site.	2	lucrări practice, experiment, demonstrația, discuția	
2. Proiectarea unui produs/serviciu în vederea comercializării lui pe Internet.	2		
3. Crearea site-ului web în vederea comercializării produsului/serviciului proiectat.	2		
4. Analiza oportunității creării și dezvoltării site-ului web al organizației. Soluții tehnice de găzduire, hardware și software.	2		
5. Evaluarea performanței unui site web.	2		
6. Cercetare de marketing privind comportamentul utilizatorului de Internet în cazul unui produs.	2		
7. Modalități de integrare a promovării online în mixul promoțional alături de promovarea offline a organizației. Crearea campaniei de publicitate online.	2		
8. Implementarea unei cercetări online integrate.	2		
9. Controlul și evaluarea eficienței campaniei de comunicare pe internet.	2		
10. Campanii de Email marketing.	2		
11. Utilizarea rețelelor sociale în strategia de promovare pe Internet a organizației.	2		
12. Analiza caracteristicilor, a tipologiei și conținutul rețelelor de publicitate pe Internet.	2		
13. Promovarea pe rețelele profesionale.	2		
14. Soluții de securitate pentru protecția datelor utilizatorilor.	2		
	<b>28</b>		

**Bibliografie**

1. Gay R, Charlesworth A., Esen R., M@rketiing on-line: o abordare orientată spre client, Editura All, Bucuresti, 2009 (Traducere după M@rketiing on-line: A customer-led Approach, Ed. Oxford University press ), ISSN: 978-973-571-754-4;
2. David Vinery, Cum să ajungi în top pe Google: tehnici de optimizare pentru motoarele de căutare, Ed. Meteor Business, București, 2010, ISBN: 978-973-728-425-9;
3. Orzan, G., Orzan, M., Cybermarketing, Ed. Uranus, 2012, ISBN 978-973-7765-44-4;
4. Gabriela Grosseck, Marketing și comunicare pe Internet, Editura Lumen, Iași, 2006.
5. Bird, L., Internet – Ghid complet de utilizare, Editura Corint, Bucuresti, 2004
6. Veghes, R. I., Bogdan G., Relațiile publice și publicitatea online, Editura Polirom, Iasi, 2003
7. Materiale de curs și bibliografice disponibile pe platforma Google Classroom, actualizate 2022

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

Formarea deprinderilor care să asigure profesionalism, imparțialitate și independență ca bază pentru dezvoltarea profesională și științifică. Conținutul disciplinei este în concordanță cu conținutul disciplinelor similare de la programele de studiu din cadrul aceluiași domeniu de studiu de la universități din țară și străinătate.

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Înșușirea corectă a informațiilor teoretico-aplicative studiate (optimizarea și promovarea în mediul online a unui magazin virtual)	Evaluare continuă și evaluare prin probleme practice pe calculator / test grilă	60%
Laborator	Înșușirea corectă a informațiilor aplicative studiate (optimizarea unui site/magazin virtual)	Evaluare continuă (prin metode orale și probe practice)	40%
Standard minim de performanță			
Realizarea unui studiu pentru fundamentarea unei afaceri electronice			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20.09.2022		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2022	

Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
26.09 2022	