

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

Digital Social Media Marketing
Programul de master „Studii în marketing”

Responsabil de disciplină/modul: Boris COREȚCHI, dr. conf. univ.

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.02.O.09	210	30	30	-	150	7	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	<p>C3. Evaluarea tehnicilor de comunicare integrată de marketing cu publicul și piața țintă în contextul creșterii imaginii pe piața națională și internațională;</p> <p>C6. Elaborarea strategiilor de marketing digital în contextul menținerii relațiilor cu publicul, aplicând instrumente web;</p>	<p>C3.3. A utiliza tehnicile de comunicare eficiente cu publicul și piața țintă, aplicând instrumente web;</p> <p>C3.5. A proiecta strategii de comunicare și branding la nivel național și internațional;</p> <p>C6.3. A elabora proiecte specifice de aplicare a instrumentelor web într-un mod inovativ;</p> <p>C6.6. A integra principiile și metodele de marketing digital din cadrul entităților economice pentru creșterea gradului de competitivitate a entității.</p>
Conținutul disciplinei	<p>Introducere în disciplina Digital Social Media Marketing</p> <p>Evoluția și strategiile Digital Social Media Marketing</p> <p>Canalele de marketing digital Social</p> <p>Instrumente WEB de marketing digital Social</p> <p>Recomandări internaționale privind utilizarea ICC Code</p> <p>Analiza comportamentului utilizatorilor de internet</p> <p>Online Behavioral Advertising (OBA)</p> <p>Digital Social marketing vs internet marketing</p> <p>Marketingul Offline</p> <p>Social media marketing</p>	
Evaluarea rezultatelor	<p><i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin:</p> <p>2 atestări – evaluarea curentă-probe scrise;</p> <p>Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual- <i>Produx electronic</i>, aprecierea în rezultatul participării la seminar.</p> <p>Evaluarea orală:</p> <p>La prezentarea orală vor participa toți coechipierii (doar un student – în cazul când a ales să realizeze lucrul individual de unul singur).</p> <p>Evaluarea prezentării orale se efectuează prin întrebări-răspunsuri referitoare la sarcinile de lucru realizate în echipă/individual utilizând tehnica conversației de verificare.</p> <p>Evaluarea orală:</p> <p>La prezentarea orală vor participa toți coechipierii (doar un student – în cazul când a ales să realizeze lucrul individual de unul singur).</p> <p>Evaluarea prezentării orale se efectuează prin întrebări-răspunsuri referitoare la sarcinile de lucru realizate în echipă/individual utilizând tehnica conversației de verificare.</p>	

Lucrul individual	<p>Studentii vor elabora un studiu științific cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare pe anumite tematici la nivelul entității economice sub formă de: <i>Produx electronic</i></p> <p>Cerințele și termenele de elaborare și prezentare se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul "Lucrul individual" (poate fi accesat pe platforma e-learning www.moodle.usm.md).</p>
Bibliografie recomandată	<p>de bază</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. KOTLER, Ph., KELLER, K. L. Marketing Management, ediția a 16-a, PH, 2016. 2. PAPUC M., Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Universitară, București, 2010 3. PERCY Larry, Strategic Integrated Marketing Communications, Butterworth-Heinemann, Burlington, SUA, 2008 <p>suplimentară</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MILITARU, C., DRĂGUȚ, B., ZANFIR, A. Management prin calitate, București: Universitară, 2014. 2. MUNTEANU, C. (coord.), MAXIM, E. SASU, C. <i>Marketing: principii, practici, orizonturi</i>. Iași: Sedcom Libris, 2011. 280 p. 3. PURCĂREA, Th. <i>Distribuție și merchandising</i>, Editura Universitară Carol Davila, București, 2007

Șef Departament
M. Hămuraru
dr, conf. univ.

