

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Alimentație și turism
1.3 Departamentul	Ingineria și managementul alimentației și turismului
1.4 Domeniul de studii de licență <sup>1)</sup>	Inginerie și management
1.5 Ciclul de studii <sup>2)</sup>	Licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Inginerie și management în industria turismului/Inginer

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	E-marketing în industria turismului							
2.2 Titularul activităților de curs	Șef lucr.dr. Magdalena BARBU							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Șef lucr.dr. Magdalena BARBU							
2.4 Anul de studiu	IV	2.5 Semestrul	VII	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut <sup>3)</sup>	DS
							Obligativitate <sup>4)</sup>	DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/proiect	1/1
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/proiect	14/14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					8
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore de activitate a studentului	69				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite <sup>5)</sup>	5				

### 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	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

## 6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	<p><b>Cp.2. Capacitatea de a utiliza instrumente informatice: Utilizează computere, rețele informatice și alte tehnologii și echipamente de informare pentru stocarea, extragerea, transmiterea și manipularea datelor, în contextul unei societăți sau al unei întreprinderi.</b></p> <p>R.Î. 2.1. Absolventul IMIT poate utiliza în mod eficient computerele, echipamentele informatice și tehnologia modernă.</p> <p>R.Î.2.2. Absolventul IMIT poate utiliza sisteme de proiectare asistată de calculator (CAD) care să contribuie la crearea, modificarea, analiza sau optimizarea unui desen.</p> <p>R.Î. 2.3. Absolventul IMIT poate aplica o varietate de tehnici vizuale pentru a proiecta materialul grafic.</p> <p>R.Î.2.4. Absolventul IMIT poate utiliza platforme digitale pentru a promova și a partaja informații și conținut digital cu privire la o unitate hotelieră sau la servicii turistice.</p> <p><b>Cp.8. Capacitatea de a aduna informații tehnice: Aplică metode de cercetare sistematică și comunică cu părțile relevante pentru a găsi informații specifice și evaluează rezultatele cercetărilor pentru a estima relevanța informațiilor, precum și a sistemelor tehnice conexe și a evoluțiilor acestora.</b></p> <p>R.Î.8.1. Absolventul IMIT poate efectua studiul mediului extern și intern al unei organizații, identificând punctele forte și punctele slabe, pentru a oferi o bază pentru strategiile societății și pentru planificare ulterioară.</p> <p>R.Î.8.2. Absolventul IMIT poate identifica diferite piețe-țintă pentru proiectele noi, luând în considerare factori precum vârsta, sexul și statutul socioeconomic.</p> <p>R.Î.8.3. Absolventul IMIT poate analiza date privind caracteristicile, nevoile și comportamentele de cumpărare ale clienților, vizitatorilor, consumatorilor sau oaspeților.</p> <p><b>Cp.9. Capacitatea de a se adapta la situațiile în schimbare: Schimbă abordarea situațiilor în funcție de schimbările neprevăzute și subite apărute la nivelul nevoilor și dispoziției oamenilor, sau în tendințe; schimbă strategii, improvizează și se adaptează în mod natural la acele împrejurări.</b></p> <p>R.Î.9.1. Absolventul IMIT poate prioritiza strategii, improvizează și se adaptează în mod natural la noi tendințe în domeniu.</p> <p>R.Î.9.2. Absolventul IMIT poate identifica soluții alternative în abordarea serviciului în cazul în care circumstanțele se schimbă.</p> <p>R.Î.9.3. Absolventul IMIT poate identifica soluții pentru a evita situațiile de criză.</p> <p><b>Cp.10. Capacitatea de a se orienta spre inovare în practicile curente: Caută îmbunătățiri și prezintă soluții inovatoare, cu utilizarea creativității și a gândirii alternative pentru a elabora noi tehnologii, metode sau idei și răspunsuri la problemele legate de muncă.</b></p> <p>R.Î.10.1. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a dezvolta o dinamică pozitivă a comunicării cu organizații din diferite țări în vederea construirii unei relații de cooperare și a optimizării schimbului de informații.</p> <p>R.Î.10.2. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a asigura monitorizarea, crearea și supravegherea experienței clienților și a percepției asupra mărcii și a serviciului.</p> <p>R.Î.10.3. Absolventul IMIT poate stabili strategii pentru întreprinderi, pentru a permite o accesibilitate optimă pentru toți clienții.</p> <p>R.Î.10.4. Absolventul IMIT poate adapta stilul de comunicare la publicul-țintă pentru a transmite instrucțiunile în modul prevăzut.</p> <p><b>Cp.11. Capacitatea de a oferi consultanță cu privire la îmbunătățirile în materie de eficiență. Analizează informațiile și detaliile proceselor și produselor pentru a oferi consiliere cu privire la posibile îmbunătățiri ale eficienței care ar putea fi puse în aplicare și care ar însemna o valorificare a resurselor.</b></p> <p>R.Î.11.1. Absolventul IMIT poate evidenția aspectele definitorii privind responsabilitatea socială a întreprinderilor pentru a gestiona procesele de afaceri în mod responsabil și etic.</p> <p>R.Î.11.2. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a măsura durabilitatea activităților turistice în</p>
-------------------------	--

	<p>efortul de a reduce amprenta de carbon a activităților din industrie.</p> <p>R.Î.11.3. Absolventul IMIT poate aplica programe pentru formarea și consolidarea capacităților angajaților din industria turismului pentru a-i informa cu privire la cele mai bune practici în dezvoltarea și gestionarea destinațiilor și pachetelor turistice, asigurând, în același timp, un impact minim asupra mediului și a comunităților locale și conservarea strictă a zonelor protejate și a speciilor de faună și floră.</p>
Competențe transversale	<p><b>Ct.1. Lucrează în echipe, urmărește viziunea organizației, demonstrează abilități organizatorice.</b></p> <p>R.Î.1.1. Absolventul IMIT este capabil să lucreze cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și partea lui în serviciul întregului.</p> <p>R.Î.1.2. Absolventul IMIT este capabil să coordoneze și să îi direcționeze pe ceilalți către un scop comun, adesea într-un grup sau echipă.</p> <p>R.Î.1.3. Absolventul IMIT este capabil să organizeze informații, obiecte și resurse prin metode sistematice și în conformitate cu anumite standarde și asigură gestionarea sarcinii.</p> <p>R.Î.1.4. Absolventul IMIT este capabil să construiască o relație de încredere reciprocă, respect și cooperare între membrii aceleiași echipe.</p> <p><b>Ct.2. Gândește critic, promovează creativitatea în gândire, demonstrează gândire holistică, demonstrează spirit antreprenorial.</b></p> <p>R.Î.2.1. Absolventul IMIT este capabil să evalueze critic credibilitatea și fiabilitatea informațiilor înainte de a le utiliza sau de a le transmite altora.</p> <p>R.Î.2.1. Absolventul IMIT este capabil să identifice idei noi sau le combină pe cele existente pentru a dezvolta soluții inovatoare și noi.</p> <p><b>Ct.3. Gestionează evoluția personală, dă dovadă de dorință de învățare, își asumă responsabilitatea.</b></p> <p>R.Î.3.2. Absolventul IMIT este capabil să evidențieze atitudine pozitivă față de cerințe noi și provocatoare care pot fi satisfăcute doar prin învățare pe tot parcursul vieții</p> <p>R.Î.3.3. Absolventul IMIT este capabil să identifice soluții alternative pentru a lua decizii.</p> <p>R.Î.3.4. Absolventul IMIT este capabil să accepte responsabilitatea și răspunderea pentru propriile decizii și acțiuni profesionale sau pentru cele delegate altora.</p> <p>R.Î. 3.5. Absolventul IMIT este capabil să demonstreze onestitate, integritate și credibilitate la locul de muncă.</p> <p><b>Ct.4. Asigură orientarea către client, demonstrează competență interculturală.</b></p> <p>R.Î.4.1. Absolventul IMIT este capabil să selecteze cele mai adecvate căi de comunicare când interacționează cu clienții, oferă consiliere, vinde produse sau servicii sau procesează reclamații.</p> <p>R.Î.4.2. Absolventul IMIT este capabil să înțeleagă diferite moduri de comunicare verbală și non-verbală a sentimentelor și simțurilor.</p> <p>R.Î.4.3. Absolventul IMIT dă dovadă de toleranță și de apreciere față de diferitele valori și norme deținute de persoane și culturi diferite.</p>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recunoașterea impactului tehnologiilor informației și comunicațiilor digitale, în special în strategiile de business și a portofoliului de produse și clienți</li> <li>• Înțelegerea principiilor fundamentale ale marketingului digital</li> <li>• Evidențierea rolului pe care e-Business-ul îl are în contextul afacerii și a managementului strategic</li> <li>• Principalele aplicații și metode utilizate în marketingul digital și online în raport cu strategia aplicată</li> <li>• Înțelegerea modului în care sunt utilizate instrumentele web și serviciile electronice în dezvoltarea business-ului și comerțului</li> </ul>
---------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• electronic.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții vor învăța cum să dezvolte, să evalueze și să execute o strategie digitală și un plan complex de comunicare online.</li> <li>• Studenții vor afla cum să măsoare eforturile acțiunilor online și cum să valorifice rentabilitatea campaniilor executate.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Introducere în marketingul digital	Prelegeri pe bază de slide. Dezbateri și studii de caz.	2	
Elemente specifice marketingului online și digital		2	
Cercetarea, analiza și elaborarea potențialului digital		2	
Instrumente și aplicații digitale.		4	
Gestionarea infrastructurii web și a comerțului electronic		4	
Strategia și dezvoltarea conținutului online / digital		2	
Dezvoltarea experienței și a interfeței cu consumatorul		4	
Analiza și dezvoltarea consumer persona și customer journey		2	
Marketingul și optimizarea motoarelor de căutare (SEM & SEO)		2	
Email marketing		2	
Mobile marketing		2	
Bibliografie			
<div>1. Ashley, Christy, and Tracy Tuten (2015). Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. Psychology &amp; Marketing, 32 (1), 15–27.</div> <div>2. Charlesworth, A. (2015) An introduction to social media marketing (electronic resource). London: Routledge.</div> <div>3. Charlesworth, A. (2014). Digital marketing: a practical approach. Routledge, London.</div> <div>4. McAfee, A., Brynjolfsson, E., &amp; Davenport, T. H. (2012). Big data: the management revolution. Harvard Business Review.</div> <div>5. Neher, K. (2013) Visual Social Media Marketing: Harnessing Images, Instagram, Infographics and Pinterest to Grow Your Business Online. Cincinnati, Ohio: Boot Camp Digital Publishing.</div> <div>6. Ryan, D. (2014). The best digital marketing campaigns in the world. KoganPage, London.</div> <div>7. Popescu A. (2023). Marketingul online. Metode și tehnici promovate pe internet. Editura Universitară</div>			
8.2 Seminar/ proiect	Metode de predare- învățare	Număr de ore	Observații
Specificul amprentei digitale a unui brand și dezvoltarea acesteia	Dezbateri și studii de caz	2	
Conținut și gestionarea canalelor de comunicare digitală		2	
Elementele importante și construirea unui site web		2	
Strategia și elaborarea unui plan de comunicare online		2	

Dezvoltarea conținutului în cadrul rețelelor sociale		2	
Instrumente și formate speciale utilizate în cadrul rețelelor sociale		2	
Transformare digitală și automatizarea afacerii		2	
Proiect			
Pentru proiect, studenții lucrează în echipe de câte 2 și elaborează un planul de marketing digital		14	Se încarcă pe platforma elearning și se verifică la fiecare întâlnire
Bibliografie 1. Ashley, Christy, and Tracy Tuten (2015). Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. Psychology & Marketing, 32 (1), 15–27. 2. Charlesworth, A. (2015) An introduction to social media marketing (electronic resource). London: Routledge. 3. Charlesworth, A. (2014). Digital marketing: a practical approach. Routledge, London. 4. McAfee, A., Brynjolfsson, E., & Davenport, T. H. (2012). Big data: the management revolution. Harvard Business Review. 5. Neher, K. (2013) Visual Social Media Marketing: Harnessing Images, Instagram, Infographics and Pinterest to Grow Your Business Online. Cincinnati, Ohio: Boot Camp Digital Publishing. 6. Ryan, D. (2014). The best digital marketing campaigns in the world. KoganPage, London. 7. Popescu A. (2023). Marketingul online. Metode și tehnici promovate pe internet. Editura Universitară			

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

Conținutul disciplinei este concordant cu cerințele angajatorilor din mediul de afaceri în domeniul turismului, așa cum rezultă din întâlnirile frecvente avute cu aceștia
--

**10. Evaluare**

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea diverselor abordări și teorii relevante în tratarea oricărei teme a disciplinei. Capabilitatea de a analiza, compara și interpreta diferitele concepte centrale ale disciplinei. Capabilitatea de a opera cu instrumentele și metodele de analiză specifice marketingului digital	Evaluare scrisă cu itemi subiectivi și obiectivi	60%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Aprecieri participării în timpul semestrului la activitățile didactice cu caracter practic (studii de caz, discuții de grup, jocuri etc.).	Prezentarea rezultatelor activităților practice solicitate pe parcursul semestrului.	40%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea elementelor specifice marketingului online și digital și ai elementelor importante în construirea unui site web</li> </ul>			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 12.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 12.09.2024.

<b>Prof.dr.ing. Vasile PĂDUREANU,</b> <b>Decan</b>	<b>Conf.dr.ing. Cristina Maria CANJA,</b> <b>Director de departament</b>
<b>Șef lucr.dr. Magdalena BARBU</b>  <b>Titular de curs</b>	<b>Șef lucr.dr. Magdalena BARBU</b>  <b>Titular de seminar/ laborator/ proiect</b>

Notă:

- <sup>1)</sup> Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- <sup>2)</sup> Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- <sup>3)</sup> Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- <sup>4)</sup> Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- <sup>5)</sup> Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).