

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea <sup>1</sup> / Departamentul <sup>2</sup>	Facultatea de Construcții/ Management
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod <sup>3</sup> )	Inginerie civilă / DL60
1.4 Ciclul de studii	Licență
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Construcții Civile, Industriale și Agricole / 10 / Inginer

### 2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă <sup>4</sup>	Marketing Digital / f						
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză	Digital Marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. Ing. Ana-Andreea Mihartescu						
2.3 Titularul activităților aplicative <sup>5</sup>	Conf. Dr. Ing. Ana-Andreea Mihartescu						
2.4 Anul de studii <sup>6</sup>	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei <sup>7</sup>	Df

### 3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate)<sup>8</sup>

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	3 , format din:	3.2 ore curs	1	3.3 ore seminar/laborator/proiect	2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	42 , format din:	3.2* ore curs	14	3.3* ore seminar/laborator/proiect	28
3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână	, format din:	3.5 ore practică		3.6 ore elaborare proiect de diplomă	
3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru	, format din:	3.5* ore practică		3.6* ore elaborare proiect de diplomă	
3.7 Număr de ore activități neasistate/săptămână	0,57 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			0,57
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	8 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			8
3.8 Total ore/săptămână <sup>9</sup>	3,57				
3.8* Total ore/semestru	50				
3.9 Număr de credite	2				

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

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nu este cazul</li> </ul>
4.2 de rezultatele învățării	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea computerului, utilizarea Internetului, analiza critică a mediului economic și juridic</li> </ul>

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

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala curs/ platformă de învățare online, laptop, proiector, tablă/tabletă grafică.</li> <li>În timpul activităților didactice, se va respecta regulamentul UPT.</li> </ul>
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none"> <li>laborator informatic / acces la internet/ platformă de învățare online, laptop, proiector, tablă/tabletă grafică.</li> <li>În timpul activităților didactice, se va respecta regulamentul UPT</li> </ul>

## 6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	•
Abilități	•
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RA3. Studentul/absolventul comunică eficient despre activitățile de inginerie cu o gamă largă de public.</li> <li>• RA7. Studentul/absolventul selectează și analizează surse bibliografice.</li> <li>• RA8. Studentul/absolventul demonstrează autonomie în învățare.</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării de la punctul 6)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarea studenților cu conceptele de bază ale marketingului digital.</li> <li>• Înțelegerea rolului marketingului digital în promovarea serviciilor tehnice (ex. instalații).</li> <li>• Dezvoltarea abilităților de utilizare a instrumentelor digitale pentru promovare.</li> <li>• Formarea unei gândiri orientate spre client și piață.</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
---

## 8. Conținuturi<sup>10</sup>

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare <sup>11</sup>
Introducere în marketing digital. Definiții și concepte fundamentale	1	Prelegere susținută de prezentări PPT, discuții, explicații, exemple, demonstrații, studii de caz; Metode interactive; Platforme de e-learning
Mediul online și comportamentul consumatorului	2	
Prezența online: website-uri și elemente de bază UX/UI	2	
Optimizare pentru motoare de căutare (SEO – principii generale)	2	
Social media marketing	2	
Publicitate online (Google Ads, Meta Ads – noțiuni introductive)	2	
Email marketing și automatizare	2	
Indicatori de performanță și analiză (KPI, Google Analytics – introducere )	1	

**Bibliografie<sup>12</sup>**

1. Mihărtescu A.; Marketing Imobiliar, Editura Politehnica, Timișoara, 2020;
2. Mihărtescu A.; Marketing Industrial, Editura Politehnica, Timișoara, 2020;
3. Mihărtescu A.; Marketing, suport curs postat pe Campusul Virtual, 2025, <https://cv.upt.ro/course/view.php?id=5101>
4. Kotler Ph. and others; Transformative Marketing by the Macmillan, 2024;
5. Kotler Ph. and others; Marketing 6.0: The Future is Immersive by the Wiley 2023;
6. Kotler Ph; Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016;
7. Kotler Ph. și alții; Managementul Marketingului, Ed. Teora, Bucuresti, 2015.

**8.2 Activități aplicative<sup>13</sup>**

	Număr de ore	Metode de predare
<b>LUCRARI:</b>		Expunere temă, întrebări, rezolvare probleme specifice, Metode interactive Discuții, explicații, exemple, rezolvare teme specifice, lucru colaborativ, Brainstorming
Definirea publicului țintă și buyer	2	
Analiza unei firme din domeniul instalațiilor în mediul online	2	
Crearea unui plan de conținut	2	
Structurarea unei pagini web de prezentare	2	
Simularea unei campanii digitale	2	
Utilizarea instrumentelor digitale (Canva, platforme social media)	4	
Studiu de caz	4	
Elaborarea proiect final: strategie de marketing digital	10	

**Bibliografie<sup>14</sup>**

1. Mihărtescu A.; Marketing Imobiliar, Editura Politehnica, Timișoara, 2020;
2. Mihărtescu A.; Marketing Industrial, Editura Politehnica, Timișoara, 2020;
3. Mihărtescu A.; Marketing, suport c urs postat pe Campusul Virtual, 2025, <https://cv.upt.ro/course/view.php?id=5101>
4. Kotler Ph. and others; Transformative Marketing by the Macmillan, 2024;
5. Kotler Ph. and others; Marketing 6.0: The Future is Immersive by the Wiley 2023;
6. Kotler Ph; Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016;
7. Kotler Ph. și alții; Managementul Marketingului, Ed. Teora, Bucuresti, 2015.

**9. Evaluare**

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare <sup>15</sup>	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Răspunsuri la întrebări din tematica cursului	Evaluare scrisă: Test cu 20 itemi de evaluare a cunoștințelor	60%
9.5 Activități aplicative	<b>S:</b> Proiect: strategie digitală	Elaborare proiect+ teme pe echipe	40%
	<b>L:</b>		
	<b>P<sup>16</sup>:</b>		
	<b>Pr:</b>		
<b>9.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor<sup>17</sup>)</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobândirea de cunoștințe și competențe de marketing digital pentru a integra cerințele clienților în proiectarea și realizarea de produse imobiliare (în special instalațiile aferente clădirilor), a.î. vânzarea să fie facilă.</li> <li>• Obținerea notei 5 atât la examen, cât și la activitățile aplicative, în urma rezolvării cerințelor specifice disciplinei.</li> </ul>			

**Data completării**

01.07.2026

**Titular de curs  
(semnătura)**

Conf. Dr. Ing. Ana-Andreea Mihartescu

**Titular activități aplicative  
(semnătura)**

Conf. Dr. Ing. Ana-Andreea Mihartescu

**Director de departament  
(semnătura)**

S.L. ec. dr. ing. Șerban MICLEA

**Data avizării în Consiliul Facultății<sup>18</sup>**

11.07.2026

**Decan  
(semnătura)**

Prof. Dr. Ing. Raul ZAHARIA