

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Facultatea de Construcții/ Management
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	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 ⁴	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 ⁵	Conf. Dr. Ing. Ana-Andreea Mihartescu						
2.4 Anul de studii ⁶	4	2.5 Semestrul	7	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei ⁷	Df

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

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 ⁹	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"> Nu este cazul
4.2 de rezultatele învățării	<ul style="list-style-type: none"> Utilizarea computerului, utilizarea Internetului, analiza critică a mediului economic și juridic

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

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

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

- Familiarizarea studenților cu conceptele de bază ale marketingului digital.
- Înțelegerea rolului marketingului digital în promovarea serviciilor tehnice (ex. instalații).
- Dezvoltarea abilităților de utilizare a instrumentelor digitale pentru promovare.
- Formarea unei gândiri orientate spre client și piață.
-
-
-

8. Conținuturi¹⁰

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare ¹¹
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	

Bibliografie¹²

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 aplicative¹³

	Număr de ore	Metode de predare
LUCRARI:		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	

Bibliografie¹⁴

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 ¹⁵	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	S: Proiect: strategie digitală	Elaborare proiect+ teme pe echipe	40%
	L:		
	P¹⁶:		
	Pr:		
9.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor¹⁷)			
<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Obținerea notei 5 atât la examen, cât și la activitățile aplicative, în urma rezolvării cerințelor specifice disciplinei. 			

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 Facultății¹⁸

11.07.2026

**Decan
(semnătura)**

Prof. Dr. Ing. Raul ZAHARIA