

# Metode pentru dobândirea de competențe viitoare de marketing și educație TIC (FuseIT)



## IO2 A2: Programa Detaliată

**Durata Proiectului:** Octombrie 2019 – Decembrie 2021

**Nr. Proiect:** 2019-1-LT01-KA203-060730



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene.

Acest mesaj public [comunicat] reflectă exclusiv opiniile autorului, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru modul în care sunt întrebuințate informațiile din cuprinsul acestuia.



<b>Control Document</b>			
<b>Nr. revizuire</b>	<b>Data revizuire</b>	<b>Descriere</b>	<b>Prenume și Nume</b>
<b>1</b>	<b>2020-06-15</b>	<b>Proiect original</b>	<b>Elinga Žiliuvienė</b>
<b>2</b>	<b>2020-06-20</b>	<b>Proiect actualizat</b>	<b>Diana Zmicerevska</b>
<b>3</b>	<b>2020-07-23</b>	<b>Traducere</b>	<b>Teodora Chicioreanu</b>
<b>4</b>	<b>2020-07-31</b>	<b>Pregatirea raportului final</b>	<b>Renata Danielienė</b>
<b>5</b>	<b>2020-12-07</b>	<b>Modificari minore</b>	<b>Teodora Chicioreanu Diana Zmicerevska</b>
<b>6</b>	<b>2020-12-22</b>	<b>Versiune finala</b>	<b>Giedrius Romeika, Renata Danielienė, Indrė Ščiukauskė, Teodora Chicioreanu</b>



## CUPRINS

1. DESCRIEREA PROIECTULUI FUSEIT .....	4
2. SCOPUL ACESTUI DOCUMENT .....	5
3. STRUCTURA CURSULUI DE ÎNVĂȚARE MIXTĂ .....	5
4. METODE DE EVALUARE .....	5
5. OBIECTIVUL UNITĂȚII DE CURS: COMPETENȚE DE DEZVOLTAT ÎN CADRUL PROGRAMULUI .....	6
6. PARTICIPANȚII LA CURS .....	7
7. CONDIȚII PRELIMINARE ȘI CONDIȚII CARE TREBUIE ÎNDEPLINITE CONCOMITENT .....	7
8. OBIECTIVUL DE ÎNVĂȚARE .....	7
9. CALENDARUL CURSULUI DE ÎNVĂȚARE MIXTĂ .....	7
10. REZUMAT .....	28

## 1. DESCRIEREA PROIECTULUI FUSEIT

„Uniunea Europeană trebuie să se asigure că nivelul de cunoștințe, aptitudini, competențe și creativitate al forței de muncă din Europa - mai ales al practicienilor din domeniul TIC - este conform celui mai înalt standard profesional la nivel mondial și că acesta este actualizat constant în cadrul unui proces de învățare eficientă pe întreg parcursul vieții.” - Michel Catinat, Șef de Unitate, TIC pentru Concurență și Inovație în Industrie, DG Întreprinderi și Industrie, Comisia Europeană, 2015.

TIC face parte din sectoarele principale în Europa care au o contribuție din ce în ce mai importantă la dezvoltarea economică și crearea de locuri de muncă în economiile avansate. În pofida faptului că potrivit Raportul privind competențele electronice în Europa (*E-skill in Europe Report* - 2014) penuria de specialiști TIC sporește. Se estimează că cererea de specialiști va crește în următorii ani. Spre exemplu, în prezent, mari bănci internaționale deschid sucursale în Lituania sporind astfel cererea de specialiști cu înaltă calificare în TIC. Experții afirmă că numeroși tineri încă își aleg domenii de studiu diferite de ICT. Unii absolvenți care ar putea fi interesați să studieze TIC în viitor nu studiază discipline asociate TIC, alegând specializări diferite la școală. Cei care finalizează studii în domeniul TIC beneficiază de o calificare acceptabilă, dar care ar putea fi superioară. Liceele și universitățile le asigură studenților doar cunoștințe de bază în domeniul TIC. Dacă studenții doresc să lucreze cu o anume TIC, ceștia trebuie să studieze suplimentar în centre de dezvoltare a competențelor. Situația actuală justifică necesitatea unei abordări pluridisciplinare a educației TIC, conceperea unui nou plan de învățământ și crearea de oportunități (și condiții) de dobândire a competențelor și cunoștințelor necesare în cel mai scurt timp posibil (de exemplu, prin cursurile on-line, principiile de învățare pe întreg parcursul vieții etc.). Privind lucrurile în perspectivă, pe termen lung, departamentele TIC vor fi forțate să accepte o nouă abordare asupra educației TIC care ar putea ajuta la diminuarea lacunelor și dezechilibrele dintre nevoile de pe piața muncii și nevoile (sau așteptările) studenților de la societate. Potrivit Rețelei Europene a Școlilor (*European Schoolnet* - EUN), competențele în domeniul științei, tehnologiei, ingineriei și matematicii (STEM) devin o parte din ce în ce mai importantă a alfabetizării de bază în economia cunoștințelor în prezent. Pentru ca Europa să continue să se dezvolte este nevoie de un milion de cercetători suplimentari până în 2020. Educația în domeniul științelor nu mai poate fi privită ca formare rezervată exclusiv elitelor pentru viitorii oameni de știință sau ingineri. Se observă clar că numai cetățenii conștienți de știință pot lua decizii informate și se pot implica în dialogul cu privire la chestiunile sociale orientate spre știință. După cum s-a menționat în recentul Raport al Comisiei Europene (CE) – Educația științifică pentru cetățenie responsabilă, cunoștințele despre și legate de știință sunt o parte integrantă a pregătirii populației europene pentru a fi cetățeni responsabili și implicați activ, creativi și inovatori, capabili să lucreze în colaborare și complet conștienți de provocările complexe cu care se confruntă societatea, stăpânindu-le pe deplin. Din păcate, potrivit EUN (2016) lacunele legate de STEAM sunt răspândite la nivelul întregii Europe și sunt aplicabile aproape tuturor locurilor de muncă cu profil tehnic, inclusiv TIC.

Proiectul Fuse IT (Metode pentru dobândirea de competențe viitoare de marketing și educație TIC) se adresează nevoilor de educație și de pe piața de muncă în ceea ce privește competențele profesionale și cunoștințele de care să dispună studenții și absolvenții de universități (inclusiv activitățile de învățare pe întreg parcursul vieții). Proiectul va analiza, concepe, dezvolta și pune în aplicare o programă actualizată, materiale e-learning, medii de învățare mixtă, evaluarea cunoștințelor și competențelor TIC și simulări cu sisteme de evaluare a cunoștințelor. Principalele rezultate intelectuale sunt legate de marketing și competențele pentru viitor și vor include:

- Linii directoare și analiză de studii în învățământul superior;
- Dezvoltarea și localizarea planului de învățământ;
- Materiale pentru e-learning în părți separate pentru diferite discipline;
- Simulări pentru educație;
- Sistem de auto-evaluare și evaluare a cunoștințelor;
- Ghiduri metodologice

Acest proiect va avea impact asupra a 2 niveluri de beneficiari. Grupul țintă primar include:

- Studenți la universitate;
- Cadre didactice, personal din cadrul universităților, centre de educație pentru adulți etc.
- Sectorul de afaceri

Membrii acestui grup țintă vor beneficia de proiect prin participarea la formare și evaluarea cunoștințelor, care le va îmbunătăți nivelul de cunoștințe și competențele pe piața muncii. Cadrele didactice și personalul din cadrul universităților sunt responsabili pentru ameliorarea competențelor și creșterea gradului de calificare. Grupul țintă secundar este reprezentat de universități, care ar putea întrebuița rezultatele proiectului și ar putea pune în aplicare programe de studiu actualizate în domeniul marketing-ului și/sau ar putea implementa părți separate de marketing în studii în domeniul TIC. Maniera de punere în aplicare a rezultatelor proiectului și a altor informații utile va fi descrisă în Ghidurile metodologice pentru punerea în aplicare a modulului de marketing.

## 2. SCOPUL ACESTUI DOCUMENT

Acest document poate fi utilizat pentru formatori ca scurt ghid pentru cursul de învățare mixtă. În următoarele pagini se regăsesc informații cu privire la cursul de învățare on-line și structura acestuia. Formatorii pot descoperi informații suplimentare despre ideea care a stat la baza structurii și ceea ce se așteaptă de la ei în cadrul cursului. Cursul se bazează pe ideea că formatorul ghidează procesul de auto-învățare al participanților și susține procesele de lucru în grup. Dacă în această metodologie nu sunt tratate problemele, formatorii sunt invitați să contacteze oricând coordonatorul de curs din statul propriu.

## 3. STRUCTURA CURSULUI DE ÎNVĂȚARE MIXTĂ

Acest curs urmează un concept de învățare mixtă în care sunt combinate metodele de învățare on-line și față-în-față. Participanții la curs vor învăța despre principiile de marketing în domeniul digital, despre aspectele tehnice ale motoarelor de căutare și mijloacele de comunicare sociale și aspectele non-tehnice ale marketing-ului digital, cum ar fi, planificarea media, marketing prin e-mail etc.

**Formarea față-în-față** sau **întâlnirea on-line** de la începutul cursului pune bazele încrederii și motivației, oferindu-le participanților ocazia de a se cunoaște unii pe alții, de a cunoaște formatorul și de a se familiariza cu subiectul. După aceea, începe cursul de formare mixtă.

Pe durata cursului de învățare mixtă se recomandă utilizarea unor metode de predare și învățare cum sunt:

- Prelegeri,
- Activități practice,
- Metode de învățare activă,
- Învățare on-line (lucru individual).

Durata recomandată a cursului este de maximum 16 săptămâni.

Se recomandă ca participanții să petreacă până la 4 ore pe săptămână pentru a se familiariza cu materialele de lectură și a completa teste de auto-evaluare.

## 4. METODE DE EVALUARE

- Teste de auto-evaluare
- Sarcini legate de scenarii
- Final test

Strategia de evaluare	Procent de importanță comparativă	Data examinării	Criterii de evaluare
Teste de auto-evaluare (SE)	30 %	Timp alocat de lector în timpul cursurilor practice sau al învățării on-line	Cel puțin 50% din răspunsurile corecte
Sarcini legate de scenarii (ST)	30 %	Timp alocat de tariner în timpul cursurilor practice sau al învățării on-line	Cel puțin 50% din scenariile create
Evaluare finala- test grila (FE)	40 %	Timp de examinare	Teme de calitate predate la timp (Fiecare din acestea se notează de la 0 la 10).

Nota finală se calculează după cum urmează  $=0,30*SE+0,30*ST+0,40*FE$

Nota la examen nu poate fi mai mică de 5.

Toate părțile evaluării se numerotează pe o scară de la 1 la 10.

10-9: Cunoștințe excelente și foarte bune. Nivel de evaluare. 90-100 % răspunsuri corecte.

8-7: Cunoștințe și aptitudini bune; se pot întâlni diverse greșeli. Nivel de sinteză. 70-89 % răspunsuri corecte.

6-5: Cunoștințe și aptitudini de nivel mediu; se întâlnesc erori. Nivel de analiză. 50-69 % răspunsuri corecte.

4-3: Cunoștințe și aptitudini sub medie; se întâlnesc erori însemnate. Nivel de aplicare a cunoștințelor. 20-49 % răspunsuri corecte.

2-1: Sub nivelul minim necesar. 0-19 % răspunsuri corecte.

## 5. OBIECTIVUL UNITĂȚII DE CURS: COMPETENȚE DE DEZVOLTAT ÎN CADRUL PROGRAMULUI

Dezvoltarea capacității de înțelegere a principiilor unei strategii eficiente de marketing digital moderntr astfel încât să se asigure competitivitatea studenților pe piața muncii și prosperitatea comună a întreprinderilor conexe din regiune asigurată de personalul calitativ, absolvenții unității. Pentru a atinge aceste cunoștințe trebuie să fie obținute de către studenți în timpul predării:elemente de baza teoretica, cum ar fi elementele de bază ale marketingului și cercetării de piață, susținute de cunoașterea aspectelor importante ale abordărilor de management de succes în implicarea clienților, creativitatea strategică, luarea deciziilor și inteligența de afaceri. Studenții ar trebui să fie introduși în abordarea de management a experienței clienților, inclusiv experiența web, de aceea este necesară și înțelegerea gândirii de design.

Oferirea înțelegerii necesară pentru a dobândirea abilităților practice și competențe necesare pentru a opera cu instrumente de marketing digital asociate utilizate pentru a asigura funcționalitatea complexului și strategiilor moderne de marketing digital. Studenții trebuie să fie suficient de calificați pentru a obține date primare din sursele disponibile pentru strategii de segmentare și direcționare, cu o aplicare a analizei digitale, SEO și pentru a interpreta rezultatele pentru o diversificare mai lungă folosind software-ul CRM.

Studenții ar trebui să fie, de asemenea, competenți să aplice strategii moderne de marketing, cum ar fi poziționarea digitală cu ajutorul marketingului video, al rețelelor sociale, al marketingului mobil și prin e-mail. Lucrul cu Excel este o abilitate primară cerută de publicul chestionat pentru a susține competențele și este, de asemenea, inclusă în lista abilităților necesare.

## 6. PARTICIPANȚII LA CURS

Acest curs se adresează antreprenorilor, lucrătorilor independenți, proprietarilor de afaceri, managerilor de diferite niveluri, specialiștilor în marketing, studenților de diferite niveluri de educație și altor persoane interesate să transforme o nouă profesie și/sau doresc să își schimbe cariera, sau doar să dobândească noi cunoștințe și abilități.

## 7. CONDIȚII PRELIMINARE ȘI CONDIȚII CARE TREBUIE ÎNDEPLINITE CONCOMITENT

Întrucât cursul este dedicat domeniului TIC, este necesar ca participanții la curs să aibă competențe de bază de alfabetizare digitală, cum ar fi elementele esențiale de utilizare a calculatorului și abilități digitale de comunicare și căutare online.

**Cerințe preliminare:** un participant la curs ar trebui să aibă cel puțin un nivel intermediar TIC (în ceea ce privește descrierea din Cadru de competențe digitale pentru cetățeni 2.1<sup>1</sup>) de competențe digitale generale pe care cursanții ca utilizatori ai noilor tehnologii vor trebui să le dobândească ca o condiție prealabilă pentru a funcționa într-un mediu digital. descris în DigComp<sup>2</sup> (Vuorikari et al., 2016)

**Cerințe fundamentale:** cunoștințe fundamentale și aplicate în inginerie informatică, contextul de structurare și întreținere a sistemelor informaționale ar oferi un avantaj pentru participantul la curs, care facilitează preluarea adecvată a atingerii obiectivelor cursului (rezultatele învățării).

## 8. OBIECTIVUL DE ÎNVĂȚARE

Prin participarea la această formare mixtă, participanții la curs vor dobândi cunoștințe referitoare la marketing-ul digital și vor deveni specialiști xxx.

După acest curs, participanții:

- Vor înțelege cum să creeze, să întrețină și să gestioneze echipe de gestionare a experienței clienților; ce înseamnă marketing prin mijloacele de comunicare sociale și cum se utilizează cu o eficiență sporită; cum funcționează marketing-ul prin motoarele de căutare și cum se optimizează motoarele de căutare; personalitățile de clienți și cum se identifică nevoile acestora cum se construiește o comunicare puternică cu aceștia; cum se creează și cum se utilizează creativitatea strategică.
- Vor doândi competențe în domeniul analizei digitale și al creării de strategii digitale, marketing prin e-mail și al dispozitivelor mobile, marketing prin mijloacele de comunicare sociale, lucrul cu motoarele de căutare, diferite programe necesare pentru digitalizarea marketing-ului.
- Vor utiliza toate funcțiile excel posibile pentru marketing digital, vor utiliza sisteme CRM, resurse și aplicații on-line.
- Vor putea identifica nevoile clienților și instrumentele care vor satisface cel mai bine nevoile respective, se vor folosi de procesele de atragere a clienților determinând și construind nivelul de loialitate al acestora, vor crea programe de fidelizare și campanii care să genereze satisfacția clienților.

## 9. CALENDARUL CURSULUI DE ÎNVĂȚARE MIXTĂ

Se recomandă organizarea de formare folosindu-se metoda de învățare mixtă (blended learning): combinarea formărilor față-în-față cu învățarea on-line cu consultații on-line oferite de formator, precum și teste de auto-evaluare, sarcini legate de scenarii, proiecte și analize de studii de caz.

<sup>1</sup> <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf> (online).pdf

<sup>2</sup> Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S., & Brande, L. V. den. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1. Luxembourg: Publications Office, European Commission. Retrieved from <http://dx.publications.europa.eu/10.2791/11517>



Conținutul cursului: Defalcare pe materii	Ore de lucru în contact						Ore și sarcini de lucru individual	Consecință, rezultat	Materiale suplimentare Lecturi suplimentare: Informații de bază furnizate pentru versiunea de bază (EN) Informații suplimentare furnizate pentru versiunile locale (LT; LV; PT; RO)
	Prelegeri	Cursuri practice	Activitate contact complet	Învățare on-line	Total	ECTS	Sarcini: Teste de auto-evaluare (SE) Sarcini legate de scenariii (ST) Evaluare finala (FE)		
<p><b>Bazele marketing-ului:</b></p> <p>Definirea marketing-ului, concepte</p> <p>Mediul de marketing</p> <p>Piețele de consum și comportamentul consumatorilor, analiză de piață</p> <p>Segmentarea și poziționarea pe piață</p> <p>Produse, service, marcă</p> <p>Politica de prețuri</p> <p>Promovarea și distribuția de bunuri</p> <p>Comunicare de marketing, marketing complex prin internet</p>	2	0	2	10	12	0,4	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenariii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Bazele marketing-ului</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>25 Basic Marketing Strategies for Beginners: <a href="https://smallbiztrends.com/2017/07/basic-marketing-strategies.html">https://smallbiztrends.com/2017/07/basic-marketing-strategies.html</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>Ph. Kotler: examples of exemplary marketing: <a href="https://youtu.be/sR-qL7QdVZQ">https://youtu.be/sR-qL7QdVZQ</a></p>





<p><b>Introducere în cercetarea de marketing:</b></p> <p>Locul și rolul cercetării de marketing în sistemul de gestiune a întreprinderilor. Domenii de cercetare de marketing.</p> <p>Sistem de cercetare de marketing</p> <p>Cercetarea în segmentele de consumatori și de afaceri</p> <p>Cercetarea privind serviciile</p> <p>Cercetarea de marketing la nivel global și internațional</p> <p>Etica în domeniul cercetării de marketing</p>	0,5	0,5	1	2	3	0,1	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Bazele marketing-ului</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>MRA Code of Marketing Research Standards: <a href="https://www.insightsassociation.org/issues-policies/mra-code-marketing-research-standards">https://www.insightsassociation.org/issues-policies/mra-code-marketing-research-standards</a></p> <p>Marketing Information System: Introduction, Importance, Components and Advantages: <a href="https://www.economicdiscussion.net/marketing-2/marketing-information-system-introduction-importance-components-and-advantages/31600">https://www.economicdiscussion.net/marketing-2/marketing-information-system-introduction-importance-components-and-advantages/31600</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>marketing research for beginners, understanding marketing research fundamentals: <a href="https://youtu.be/apm0wH9HU0Y">https://youtu.be/apm0wH9HU0Y</a></p>
<p><b>Fidelizarea, satisfacția și atragerea clienților:</b></p> <p>Sondaje privind satisfacția clienților - planificare, gestionare, analiză</p> <p>Definirea profilurilor și segmentelor de consumatori</p> <p>Îmbunătățirea și măsurarea nivelului de fidelitate și satisfacție a clienților</p>	0,5	0,5	1	2	3	0,1	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>4 steps to customer survey design – everything you need to know <a href="https://getthematic.com/insights/customer-survey-design/">https://getthematic.com/insights/customer-survey-design/</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>market segmentation definition, basics and and best practices: <a href="https://youtu.be/Hk7BmnlVgvM">https://youtu.be/Hk7BmnlVgvM</a></p>



Propuneri de valoare privind clienții Crearea relațiilor cu clienții Aplicații digitale care să maximizeze relațiile cu clienții								Bazele marketing-ului	
<b>Creativitatea strategică:</b> Creativitate în practică Vizualizare de afaceri Strategie, Acțiune & Resistență Ecosistem, Echipă & Simplitate Plan de afaceri dinamic, concentrat pe acțiuni Mecanica societăților Start-up Identificarea și accesarea de noi piețe pentru a facilita dezvoltarea	0,5	0,5	1	2	3	<b>0,1</b>	Teste de auto-evaluare (SE) Sarcini legate de scenarii (ST)	<b>Competențe:</b> Creativitatea strategică <b>Domenii de aplicare:</b> Bazele marketing-ului	<b>Video:</b> Action-Driven Business Plan: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=yuwyH2ra-no">https://www.youtube.com/watch?v=yuwyH2ra-no</a>  It's all About the Ecosystem: <a href="https://www.coursera.org/lecture/startup-entrepreneurship-innovation-career-lessons/its-all-about-the-ecosystem-video-1-Zk7k3">https://www.coursera.org/lecture/startup-entrepreneurship-innovation-career-lessons/its-all-about-the-ecosystem-video-1-Zk7k3</a>
<b>Gestionarea Experienței Clienților</b> Introducere: 4 Experience C Puncte de comunicare Construirea parcursului clientului	1	1	2	1	3	<b>0,1</b>	Teste de auto-evaluare (SE) Sarcini legate de scenarii (ST)	<b>Competențe:</b> Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora Comunicare optimă Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților Fidelizarea clienților	<b>Lecturi:</b> 8 Ways to Optimize For Customer Experience: <a href="https://customerthink.com/8-ways-to-optimize-for-customer-experience/">https://customerthink.com/8-ways-to-optimize-for-customer-experience/</a>  A Practical Guide to Customer Experience Measurement:



<p>Măsurare:</p> <p>Punctaj net de recomandare</p> <p>Analiza factorilor cheie</p> <p>Modelul Apostle</p> <p>Satisfacția angajaților</p> <p>Îmbunătățire:</p> <p>Modelul privind relevanța clienților</p> <p>Regula <i>Peek-end</i></p> <p>Consolidarea variabilelor</p> <p>Flux</p> <p>Mijloacele de comunicare sociale, prin site-ul internet, prin e-mail</p> <p>Vânzări interne:</p> <p>Vânzările interne și educația</p>								<p>Strategia digitală</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Construirea și gestionarea echipelor de gestionare a experienței clienților</p> <p>Marketing prin mijloacele de comunicare sociale</p> <p>Analiză digitală</p> <p>Marketing prin e-mail</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Bazele marketing-ului</p> <p>Marketing digital</p>	<p><a href="https://www.ameyo.com/blog/customer-experience-measurement-a-practical-guide-to-measuring-cx">https://www.ameyo.com/blog/customer-experience-measurement-a-practical-guide-to-measuring-cx</a></p> <p>Net Promoter Score: <a href="https://www.medallia.com/net-promoter-score/">https://www.medallia.com/net-promoter-score/</a></p> <p>A Guide to Implementing Effective Education-Based Marketing: <a href="https://uhurunetwork.com/education-based-marketing/">https://uhurunetwork.com/education-based-marketing/</a></p>
<p><b>Marketing digital:</b></p> <p>Introducere în marketing-ul digital și evoluția acestuia.</p> <p>Evaluarea de marcă și stabilirea obiectivelor pentru promovare. Strategia digitală de marketing.</p> <p>Canale de promovare prin pagina de internet (căutare organică, publicitate contextuală, marketing prin e-</p>	4	2	6	18	24	<b>0,8</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>What is Digital Marketing? <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing">https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>Digital Marketing for Beginners: 7 Strategies That Work: <a href="https://youtu.be/wZZnxYES80">https://youtu.be/wZZnxYES80</a></p>



<p>mail, rețele de socializare, afiliați / marketing prin afiliați).</p> <p>Principiile și practica organizării și structurării ofertelor convertibile. Crearea unui plan pentru conținutul pentru pagina de internet.</p> <p>Principii privind redactarea de texte de conversie convingătoare. Instrumente pentru analizarea și selectarea de cuvinte cheie țintite în momentul redactării de conținut pentru a ocupa poziții de frunte în motoarele de căutare. Instrument de planificare de cuvinte cheie pentru aplicații.</p> <p>Modele de plată și principii pentru crearea de campanii eficiente de publicitate contextuală.</p> <p>Principiile și teoria planificării și organizării de marketing prin afiliați pentru campanii publicitare eficiente (marketing prin afiliați).</p> <p>Criterii privind site-urile SEO de calitate pentru optimizarea pentru motoarele de căutare SEO. Marketing prin motoarele de căutare SEM.</p>							<p>Strategia digitală</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p>Aplicabilitate/Design</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Analiză digitală</p> <p>Marketing prin motoarele de căutare (SEM)</p> <p>Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO)</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Marketing digital</p>	<p>The 5 Best Website Builders In 2021: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=M-QxIUVINHs">https://www.youtube.com/watch?v=M-QxIUVINHs</a></p> <p><a href="https://skillshop.withgoogle.com/">https://skillshop.withgoogle.com/</a></p>
--	--	--	--	--	--	--	---	--



<p>Oportunitățile și practica utilizării de platforme comerciale pentru crearea rapidă de site-uri (WIX, SHOPIFY și altele).</p> <p>Conectarea, configurarea și lucrul cu statistici (Google Analytics etc.)</p> <p>Instrumente de audit SEO pentru paginile de intrnet (SERANKING, DMOZ etc.).</p> <p>Conectarea și utilizarea Google Search Console.</p>									
<p><b>Optimizarea publicității în Web:</b></p> <p>Definirea publicității contextuale. Introducerea Google Ads. Principiile Google Ads și anunțurile de mare publicitate.</p> <p>Crearea primului cont de publicitate în Google Ads. Google Ads Interactive. structura contului de publicitate în Google Ads (Campanii - Grupuri - Anunțuri publicitare și căutări cheie)</p> <p>Particularități și caracteristici ale creării de texte eficiente pentru anunțuri publicitare.</p> <p>Crearea și configurarea primelor campanii publicitare</p>	3	2	5	16	21	<b>0,7</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Strategia digitală</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p>Aplicabilitate/Design</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Analiză digitală</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>Larger advertising platforms: <a href="https://www.forbes.com/sites/jeanbaptiste/2018/09/20/amazon-is-now-the-3-digital-ad-platform-in-the-u-s-behind-google-and-facebook-says-emarketer/">https://www.forbes.com/sites/jeanbaptiste/2018/09/20/amazon-is-now-the-3-digital-ad-platform-in-the-u-s-behind-google-and-facebook-says-emarketer/</a></p> <p>Google Ads – Create Account: <a href="https://ads.google.com">https://ads.google.com</a></p> <p>Google Ads Help: <a href="https://support.google.com/google-ads/answer/14086?hl=en">https://support.google.com/google-ads/answer/14086?hl=en</a></p> <p>Optimize your ads and landing pages:</p>



<p>(inclusiv rețeaua de afișare, locații, limbi, buget zilnic, orele și perioada de afișare, tipul de ofertă).</p> <p>Planificarea și crearea structurii grupurilor de publicitate. Grupul de anunțuri publicitare și crearea de extensii pentru mesajele publicitare.</p> <p>Bazele căutării de cuvinte cheie. Utilizarea Instrumentului de planificare de cuvinte cheie pentru a analiza și enumera interogări cheie pentru campanii publicitare viitoare.</p> <p>Tipuri de corespondențe și scopul întrebărilor cheie (cuprinzătoare, frază, exact). Scorul de calitate și Clasamentul anunțurilor publicitare ca indicator de calitate al optimizării valorii ofertei.</p> <p>Cuvintele cheie negative în Google Ads. Utilizarea de liste predefinite de cuvinte cheie negative și alocarea acestora anumitor niveluri din contul dumneavoastră de publicitate Google Ads. Analiza statisticilor de conversie pentru întrebările cheie, analiza eficienței și</p>																							
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Marketing prin motoarele de căutare (SEM)

Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO)

**Domenii de aplicare:**

Marketing digital

<https://support.google.com/google-ads/answer/6238826?hl=en>

Dynamic Search Ads:  
<https://support.google.com/google-ads/answer/7166527?hl=en>

Target Dynamic Search Ads:  
<https://support.google.com/google-ads/answer/7166527?hl=en>

Choose your bid and budget:  
<https://support.google.com/google-ads/answer/2375454?hl=en>

Finding success with Smart Bidding:  
<https://support.google.com/google-ads/answer/6167148?hl=en>

Ads Policies:  
<https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=en>

Keyword Planner:  
<https://support.google.com/google-ads/answer/7337243?hl=en>

How to be successful with google ads:  
<https://support.google.com/google-ads/answer/6080949?hl=en>



<p>completarea listei de cuvinte cheie negative.</p> <p>Crearea și configurarea de campanii de remarketing, Display Network, Gmail Ads.</p> <p>Utilizarea structura de navigare a paginii de internet pentru a structura campaniile publicitare Google.</p> <p>Bazele urmării conversiilor</p> <p>Valoarea și principiile calculării coeficienților pentru evaluarea eficienței campaniilor publicitare: ROI, ROAS.</p> <p>Principiul calculării costului maxim permis per clic, pe baza coeficientului (%) și a valorii de conversie.</p>									
<p><b>Analiză CRM:</b></p> <p>CRM pentru gestionarea proiectelor</p> <p>CRM pentru stabilirea sarcinilor</p> <p>CRM ca mijloce de comunicare</p> <p>CRM pentru organizarea unui centru de contact</p> <p>CRM pentru marketing (inclusiv corespondență,</p>	1	1	2	4	6	<b>0,2</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenariii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Analiză economică și suport decizional (<i>Business intelligence</i>)</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>What Is a CRM System and How Can It Improve Contact Centre Performance? <a href="https://www.callcentrehelper.com/what-is-crm-contact-centre-performance-88296.htm">https://www.callcentrehelper.com/what-is-crm-contact-centre-performance-88296.htm</a></p> <p>What is business intelligence? Transforming data into business insights: <a href="https://www.cio.com/article/243">https://www.cio.com/article/243</a></p>



<p>trimitere de mesaje telefonice sms, rețele de socializare, mesagerie instantanee)</p> <p>Analize transversale, analiză economică și suport decizional (<i>business intelligence</i>)</p> <p>Centru de vânzări și tranzacționare on-line</p>								<p><b>Aptitudini:</b></p> <p>CRM</p> <p>Crearea și gestionarea echipelor de gestionare a experienței clienților</p> <p>Marketing prin mijloacele de comunicare sociale</p> <p>Analiză digitală</p> <p>Marketing prin dispozitivele mobile</p> <p>Marketing prin e-mail</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Bazele marketing-ului</p> <p><a href="https://www.business-intelligence-definition-and-solutions.html">9504/business-intelligence-definition-and-solutions.html</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>Introduction to CRM - Customer Relationship Management Systems   Class: <a href="https://youtu.be/SElp-Gfgf1g">https://youtu.be/SElp-Gfgf1g</a></p> <p>Top 10 CRM Systems   Best CRM Software   Independent CRM Software Ranking: <a href="https://youtu.be/KQ5tLX87KmA">https://youtu.be/KQ5tLX87KmA</a></p>
<p><b>Analiză digitală:</b></p> <p>Introducere în Analiză</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Care este valoarea analizei digitale?</li> <li>• Cum funcționează analizele</li> <li>• Ajustarea sistemelor de analiză</li> <li>• Cum se personalizează vizualizările folosind filtrele</li> </ul> <p>Rapoarte cheie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucrul cu rapoartele de ansamblu</li> <li>• Lucrul cu rapoarte complete</li> </ul>	1	2	3	9	12	0,4	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p> <p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților, conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Strategii digitale și necesitățile acestora</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p>Aplicabilitate/Design</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Analiză digitală</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>Digital Marketing Analytics in Practice: <a href="https://www.coursera.org/learn/digital-analytics">https://www.coursera.org/learn/digital-analytics</a></p> <p>Marketing Analytics Foundation: <a href="https://www.coursera.org/learn/marketing-analytics-foundation">https://www.coursera.org/learn/marketing-analytics-foundation</a></p> <p>Digital acceleration for business resilience: <a href="https://www.hcltech.com/digital-analytics-services">https://www.hcltech.com/digital-analytics-services</a></p>





<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapoarte de audiență</li> <li>• Rapoarte privind sursele de trafic</li> <li>• Rapoarte comportamentale</li> </ul> <p>Bazele urmării campaniilor și conversiilor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cum se analizează statisticile privind campaniile speciale</li> <li>• Urmărirea campanilor folosind URL builder</li> <li>• Urmărirea obiectivelor dumneavoastră de afaceri</li> <li>• Cum se analizează eficiența campaniilor publicitare</li> </ul> <p>Colectarea și prelucrarea datelor</p> <p>Configurarea colectării de date</p> <p>Metode și Instrumente avansate de analiză</p> <p>Instrumente de marketing pentru utilizatorii avansați</p>								<p>Marketing prin motoarele de căutare (SEM)</p> <p>Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO)</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Marketing digital</p>	<p>Learning Python for Data Analysis and Visualization: <a href="https://www.udemy.com/course/learning-python-for-data-analysis-and-visualization/?ranMID=39197&amp;ranEAID=vedj0cWlu2Y&amp;ranSiteID=vedj0cWlu2Y-wH4m4ET2gK3BMuSx3ats.w&amp;LSNPUBID=vedj0cWlu2Y&amp;utm_source=aff-campaign&amp;utm_medium=udemy_ads">https://www.udemy.com/course/learning-python-for-data-analysis-and-visualization/?ranMID=39197&amp;ranEAID=vedj0cWlu2Y&amp;ranSiteID=vedj0cWlu2Y-wH4m4ET2gK3BMuSx3ats.w&amp;LSNPUBID=vedj0cWlu2Y&amp;utm_source=aff-campaign&amp;utm_medium=udemy_ads</a></p> <p>An introduction to Conversion Tracking and UTM parameters: <a href="https://eupox.com/index-927.html">https://eupox.com/index-927.html</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>What are digital analytics? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=HWS_yo2Ldz0&amp;t=10s">https://www.youtube.com/watch?v=HWS_yo2Ldz0&amp;t=10s</a></p>
<p><b>Mijloacele de comunicare sociale:</b></p> <p>Definirea mijloacelor de comunicare sociale</p>	0,5	1,5	2	4	6	<b>0,2</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>Facebook Business Suite: <a href="https://business.facebook.com">https://business.facebook.com</a></p>



<p>Strategia privind mijloacele de comunicare sociale: viziune, obiective, canale,</p> <p>Primii pași în folosirea mijloacelor de comunicare sociale: Facebook, Youtube, Twitter, Instagram. Auditul de ansamblu al mijloacelor de comunicare sociale.</p> <p>Marketing prin conținut: tipuri, planificare, moderare, redactarea de post-uri, confidențialitate și securitate, analiză</p> <p>Automatizarea mijloacelor de comunicare sociale</p>								<p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Strategia digitală</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Crearea și gestionarea echipelor de gestionare a experienței clienților</p> <p>Marketing prin mijloacele de comunicare sociale</p> <p>Analiză digitală</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Marketing digital</p>	<p>Instagram Business Profile: <a href="https://business.instagram.com/advertising">https://business.instagram.com/advertising</a></p> <p>Advertising on Twitter: <a href="https://ads.twitter.com/login?ref=BTC">https://ads.twitter.com/login?ref=BTC</a></p> <p>History of Social Media, definition: <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media">https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media</a></p> <p>Social Media strategies <a href="https://buffer.com/social-media-marketing">https://buffer.com/social-media-marketing</a></p> <p>Social Media statistics, surveys etc. <a href="https://www.socialmediatoday.com/">https://www.socialmediatoday.com/</a></p> <p>Social media marketing books surveys: <a href="https://blog.hootsuite.com/books-social-media-manager-read">https://blog.hootsuite.com/books-social-media-manager-read</a> <a href="https://www.brafton.com/blog/social-media/10-social-media-marketing-books-to-add-to-your-reading-list/">https://www.brafton.com/blog/social-media/10-social-media-marketing-books-to-add-to-your-reading-list/</a></p>
<p><b>Marketing prin dispozitivele mobile:</b></p>	0,5	1,5	2	4	6	0,2	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>14 Mobile Marketing Tips That Drive Leads and Sales:</p>



<p>Cum poate crește afacerea dumneavoastră cu ajutorul aplicațiilor</p> <p>Cum se stabilesc obiectivele de campanie pentru aplicații</p> <p>Cum se monitorizează conversiile în cazul campaniilor prin aplicații</p> <p>Cum se configurează o campanie prin aplicații</p> <p>Adăugarea de grupuri de anunțuri publicitare și de obiecte la campaniile prin aplicații</p> <p>Rolul specialistului de marketing în campaniile prin aplicații</p> <p>Cum se stabilește direcția corectă pentru automatizare</p> <p>Cum se lucrează cu obiectele în campaniile prin aplicații</p> <p>Cum se analizează rezultatele</p> <p>Cum se optimizează aplicația pentru a-i spori aplicabilitatea și disponibilitatea</p> <p>Cum se păstrează și atrag oamenii pentru a utiliza aplicația</p> <p>Cum se lansează aplicația pe piețe noi</p>																		<p><a href="https://neilpatel.com/blog/14-mobile-marketing-tips-to-drive-leads-and-sales/">https://neilpatel.com/blog/14-mobile-marketing-tips-to-drive-leads-and-sales/</a></p>
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



<p><b>Marketing prin e-mail:</b></p> <p>Importanța marketing-ului prin e-mail</p> <p>Lista de abonați prin e-mail și „magnetul” de piste de vânzări</p> <p>Diguzarea de mesaje prin e-mail, mesajele automate de răspuns prin e-mail</p> <p>Marketing prin platforme de e-mail</p> <p>Redactarea unui mesaj e-mail excelent</p> <p>Îmbogățirea listei de destinatari de e-mail</p>	0,5	3,5	4	0,5	4,5	<b>0,15</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Strategia digitală</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p>Aplicabilitate/Design</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Analiză digitală</p> <p>Crearea și gestionarea echipelor de gestionare a experienței clienților</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Marketing digital</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>Email Marketing: <a href="https://mailchimp.com/marketing-glossary/email-marketing/">https://mailchimp.com/marketing-glossary/email-marketing/</a></p> <p>What is Email Marketing &amp; Why Does My Business Need It? <a href="https://www.lyfemarketing.com/blog/what-is-email-marketing/">https://www.lyfemarketing.com/blog/what-is-email-marketing/</a></p> <p>A Beginner’s Guide to Successful Email Marketing: <a href="https://neilpatel.com/blog/beginners-guide-email-marketing/">https://neilpatel.com/blog/beginners-guide-email-marketing/</a></p> <p>21 Best Email Marketing Software, Services &amp; Platforms (2021): <a href="https://www.adamenfroy.com/best-email-marketing-services">https://www.adamenfroy.com/best-email-marketing-services</a></p>
<p><b>Marketing prin materiale video:</b></p> <p>Formate de marketing video</p> <p>Instrumente de producție pentru marketing prin materiale video</p>	0,5	0,5	1	2	3	<b>0,1</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>21 Video Marketing Tools Every Marketer Should Know in 2020 (Updated May 2020): <a href="https://shanebarker.com/blog/video-marketing-tools/">https://shanebarker.com/blog/video-marketing-tools/</a></p>



<p>Pre-produkție</p> <p>Realizarea unui material video</p> <p>Editarea unui material video</p> <p>Găzduirea de materiale video</p> <p>Promovarea de materiale video (PR, Blog-uri, Rețele de socializare, căutări prin Google) și diseminarea acestora</p> <p>Optimizarea materialelor video YouTube</p>								<p>Conceperea și executarea de campanii privind fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Strategia digitală</p> <p>Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea</p> <p>Aplicabilitate/Design</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Marketing prin mijloacele de comunicare sociale</p> <p>Analiză digitală</p> <p>Marketing prin dispozitivele mobile</p> <p>Marketing prin motoarele de căutare (SEM)</p> <p>Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO)</p> <p>Marketing prin materiale video</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Marketing digital</p>	<p>How to Make a Video: a Step-by-Step Guide, HubSpot: <a href="https://blog.hubspot.com/marketing/make-a-marketing-video">https://blog.hubspot.com/marketing/make-a-marketing-video</a></p> <p>Create A YouTube Traffic Jam With These 4 Simple Optimization Tips: <a href="https://neilpatel.com/blog/youtube-channel-optimization">https://neilpatel.com/blog/youtube-channel-optimization</a></p>
<p><b>WEM (Gestionarea experienței on-line):</b></p> <p>Conținutul paginii de internet: creare, modificare, gestionare</p> <p>Configurarea unei pagini de internet</p>	0,5	1,5	2	2,5	4,5	<b>0,15</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenariii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p> <p>Gestionarea experienței privind aplicabilitatea on-line/Design</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>19+ Website Layouts Users Won't Forget : <a href="https://colibriwp.com/blog/website-layout-design-ideas/">https://colibriwp.com/blog/website-layout-design-ideas/</a></p>



<p>Conținutul unei pagini de internet</p> <p>Lucrul cu multimedia</p> <p>Validarea conținutului</p> <p>Utilizarea fluxurilor de lucru</p> <p>Publicarea de conținut</p> <p>Previzualizarea paginii de internet</p> <p>Utilizarea personalizării bazate pe norme pentru a spori relevanța conținutului</p>								<p>Aptitudini:</p> <p>Marketing prin motoarele de căutare (SEM)</p> <p>Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO)</p> <p>Marketing prin materiale video</p> <p>Domenii de aplicare:</p> <p>Marketing digital</p>	<p>The ultimate guide to creating a web design workflow: <a href="https://www.teamwork.com/blog/web-design-workflow/">https://www.teamwork.com/blog/web-design-workflow/</a></p> <p>The 11 Golden Rules of Writing Content for Your Website: <a href="https://www.jimdo.com/blog/11-golden-rules-of-writing-website-content/">https://www.jimdo.com/blog/11-golden-rules-of-writing-website-content/</a></p> <p>Easy Social Media Graphic Design Tips + Tools: <a href="https://youtu.be/UGqHqwdy1io">https://youtu.be/UGqHqwdy1io</a></p> <p>Your 16-Point Content Publishing Checklist: <a href="https://www.convinceandconvert.com/content-marketing/publishing-checklist/">https://www.convinceandconvert.com/content-marketing/publishing-checklist/</a></p>
<p><b>Procesul decizional și analiza economică și suportul decizional (<i>Business intelligence</i>):</b></p> <p>Asistența computerizată a procesului decizional</p> <p>Stiluri decizionale, cele patru etape ale procesului decizional al lui Simon și strategii și abordări comune ale factorilor decizionali.</p>	1	1	2	4	6	<b>0,2</b>	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenarii (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>What is business intelligence? Transforming data into business insights: <a href="https://www.cio.com/article/2439504/business-intelligence-definition-and-solutions.html">https://www.cio.com/article/2439504/business-intelligence-definition-and-solutions.html</a></p> <p>Components of a Business Intelligence software solution: <a href="https://citeserx.ist.psu.edu/view">https://citeserx.ist.psu.edu/view</a></p>



<p>Sisteme de asistență decizională (<i>Decision Support Systems - DSS</i>)</p> <p>Arhitectura pentru analiza economică și suportul decizional (BI), relația cu DSS</p> <p>Platforme de BI</p> <p>Rapoarte, componente, structuri, tipuri de afaceri</p> <p>OLAP (prelucrare analitică on-line)</p> <p>Vizualizarea datelor și conceperea tablourilor de bord</p> <p>Sisteme de gestionare a performanței în afaceri</p>								<p>Strategia digitală</p> <p>Analiza economică și suportul decizional (<i>Business intelligence</i>)</p> <p>Aplicabilitate/Design</p> <p><b>Aptitudini:</b></p> <p>Analiză digitală</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b></p> <p>Marketing digital</p>	<p><a href="https://doi.org/10.1.1.972.8785&amp;rep=rep1&amp;type=pdf">doc/download?doi=10.1.1.972.8785&amp;rep=rep1&amp;type=pdf</a></p> <p>Dashboard Design Best Practices – 4 Key Principles: <a href="https://www.sisense.com/blog/4-design-principles-creating-better-dashboards/">https://www.sisense.com/blog/4-design-principles-creating-better-dashboards/</a></p>
<p><b>Conceperea Design-ului:</b></p> <p>Importanța testării aplicabilității</p> <p>Structura de planificare a testului de aplicabilitate</p> <p>Generarea de sarcini pentru afacere și participanți</p> <p>Recrutarea de verificatori</p> <p>Conceperea testului de aplicabilitate</p> <p>Scopul căutării de parteneri („pitching”)</p> <p>Motivația de la baza conceptului</p>	1,5	0,5	2	1	3	0,05	<p>Teste de auto-evaluare (SE)</p> <p>Sarcini legate de scenariu (ST)</p>	<p><b>Competențe:</b></p> <p>Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora</p> <p>Comunicare optimă</p> <p>Creativitatea strategică</p> <p>Conceperea și executarea de campanii privind loialitatea, fidelizarea și satisfacția clienților</p> <p>Atragerea clienților</p> <p>Strategia digitală</p> <p>Gestionarea experienței on-line (WEM)</p>	<p><b>Lecturi:</b></p> <p>What Is Design Thinking? A Comprehensive Beginner's Guide: <a href="https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-design-thinking-everything-you-need-to-know-to-get-started">https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-design-thinking-everything-you-need-to-know-to-get-started</a></p> <p>Usability test plan dashboard: <a href="https://www.userfocus.co.uk/images/usabilitydashboard-l.png">https://www.userfocus.co.uk/images/usabilitydashboard-l.png</a></p> <p>How to Conduct Usability Testing: A Step-By-Step Guide: <a href="https://careerfoundry.com/en/bl">https://careerfoundry.com/en/bl</a></p>



Analiza rezultatlor testării								<p>Anliza economică și suportul decizional (<i>Business intelligence</i>) Stabilirea segmentelor țintă și optimizarea Aplicabilitate/Design <b>Aptitudini:</b> Crearea și gestionarea echipelor de gestionare a experienței clienților Marketing prin mijloacele de comunicare sociale Marketing prin motoarele de căutare (SEM) Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO) <b>Domenii de aplicare:</b> Marketing digital</p>	<p><a href="https://ux-design/how-to-conduct-usability-testing-a-step-by-step-guide">og/ux-design/how-to-conduct-usability-testing-a-step-by-step-guide</a></p> <p>A beginner's guide to user &amp; usability testing: <a href="https://www.hotjar.com/usability-testing">https://www.hotjar.com/usability-testing</a></p> <p>Report Template: Usability Test: <a href="https://www.usability.gov/sites/default/files/report-template-usability-test_0.docx">https://www.usability.gov/sites/default/files/report-template-usability-test_0.docx</a></p>
<p><b>Excel:</b> Bazele programului Excel Formule în Excel Analiza de date Grafice Pivot</p>	0	2	2	1	3	0,05	Sarcini legate (ST)	<p><b>Aptitudini:</b> Excel</p> <p><b>Domenii de aplicare:</b> Bazele marketing-ului</p>	<p><b>Lecturi:</b> Insert subtotals in a list of data in a worksheet: <a href="https://support.microsoft.com/en-us/office/insert-subtotals-in-a-list-of-data-in-a-worksheet-7881d256-b4fa-4f81-b71e-b0a3d4a52b3a">https://support.microsoft.com/en-us/office/insert-subtotals-in-a-list-of-data-in-a-worksheet-7881d256-b4fa-4f81-b71e-b0a3d4a52b3a</a></p> <p>SUBTOTAL function: <a href="https://support.microsoft.com/en-us/office/subtotal-function-7b027003-f060-4ade-9040-e478765b9939">https://support.microsoft.com/en-us/office/subtotal-function-7b027003-f060-4ade-9040-e478765b9939</a></p>





								<p>Comprehensive Tutorial for Excel Conditional Formatting: <a href="https://www.smartsheet.com/how-to-apply-conditional-formatting-excel">https://www.smartsheet.com/how-to-apply-conditional-formatting-excel</a></p> <p>SUMIFS function: <a href="https://support.microsoft.com/en-us/office/sumifs-function-c9e748f5-7ea7-455d-9406-611cebce642b">https://support.microsoft.com/en-us/office/sumifs-function-c9e748f5-7ea7-455d-9406-611cebce642b</a></p> <p>Create a PivotTable to analyze worksheet data: <a href="https://support.microsoft.com/en-us/office/create-a-pivottable-to-analyze-worksheet-data-a9a84538-bfe9-40a9-a8e9-f99134456576">https://support.microsoft.com/en-us/office/create-a-pivottable-to-analyze-worksheet-data-a9a84538-bfe9-40a9-a8e9-f99134456576</a></p> <p><b>Video:</b></p> <p>MS Excel – Subtotal: <a href="https://youtu.be/-F21Z_aBFTs">https://youtu.be/-F21Z_aBFTs</a></p> <p>Get the Sum of Filtered Data in Excel (Using SUBTOTAL Formula): <a href="https://youtu.be/_Jxm6WINKfQ">https://youtu.be/_Jxm6WINKfQ</a></p> <p>Excel: Conditional Formatting: <a href="https://youtu.be/zfQ8uOBolj8">https://youtu.be/zfQ8uOBolj8</a></p> <p>Excel SUMIFS (better version of SUMIF), COUNTIFS &amp; AVERAGEIFS</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--





									(Multiple Criteria): <a href="https://youtu.be/AZuBNWMh7VM">https://youtu.be/AZuBNWMh7VM</a> Excel's Find and Replace (surprising features): <a href="https://youtu.be/3naynygx_dU">https://youtu.be/3naynygx_dU</a>
<b>SubTotal</b>	<b>18,5</b>	<b>21,5</b>	<b>40</b>	<b>83</b>	<b>123</b>	<b>4</b>			
<b>Subiecte locale privind rezultatele cercetării în statul partenerului RO- CAMIS_UPB</b>	<b>6,5</b>	<b>3,5</b>	<b>10</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	Teste de auto-evaluare (SE) Sarcini legate de scenarii (ST)	<b>Aptitudini:</b> Excel- mediu/avansat <b>Domenii de aplicare:</b> Prelucrare date - marketing	<b>Lecturi:</b> Citeste: <a href="https://support.microsoft.com/en-us/office/sumifs-function-c9e748f5-7ea7-455d-9406-611cebce642b">https://support.microsoft.com/en-us/office/sumifs-function-c9e748f5-7ea7-455d-9406-611cebce642b</a> Video despre SumIf și SumIFS: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=AZuBNWMh7VM">https://www.youtube.com/watch?v=AZuBNWMh7VM</a> Video despre Count, countIf, COUNIFS <a href="https://youtu.be/2qlfSsP4xUk">https://youtu.be/2qlfSsP4xUk</a> Cititi despre Macrouri: <a href="https://excelninja.ro/macro-uri-in-excel-introducere/">https://excelninja.ro/macro-uri-in-excel-introducere/</a> <a href="https://support.microsoft.com/en-us/office/quick-start-create-a-macro-741130ca-080d-49f5-9471-1e5fb3d581a8?redirectsourcepath=%252farticle%252fvideo-create-a-simple-macro-in-excel-cc11de82-e385-4567-8124-4d124c9c778a">https://support.microsoft.com/en-us/office/quick-start-create-a-macro-741130ca-080d-49f5-9471-1e5fb3d581a8?redirectsourcepath=%252farticle%252fvideo-create-a-simple-macro-in-excel-cc11de82-e385-4567-8124-4d124c9c778a</a> Despre VBA



									<p>Range: <a href="https://docs.microsoft.com/en-us/office/vba/api/Excel.Range(object)">https://docs.microsoft.com/en-us/office/vba/api/Excel.Range(object)</a></p> <p>MsgBox <a href="https://powerspreadsheets.com/excel-vba-msgbox/">https://powerspreadsheets.com/excel-vba-msgbox/</a> <a href="https://www.educba.com/vba-msgbox/">https://www.educba.com/vba-msgbox/</a></p> <p>InputBox <a href="https://docs.microsoft.com/en-us/office/vba/Language/Reference/user-interface-help/inputbox-function">https://docs.microsoft.com/en-us/office/vba/Language/Reference/user-interface-help/inputbox-function</a></p> <p>Instructiunea If <a href="https://docs.microsoft.com/en-us/office/vba/Language/Concepts/Getting-Started/using-iffthenelse-statements">https://docs.microsoft.com/en-us/office/vba/Language/Concepts/Getting-Started/using-iffthenelse-statements</a></p>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>5</b>	Evaluare finala (FE)		



## 10. REZUMAT

După finalizarea cu succes a acestui curs, studenții ar trebui să înțeleagă principiile de bază ale marketingului în domeniul digital, aspectele tehnice ale motoarelor de căutare și ale rețelelor sociale și aspectele non-tehnice ale marketingului digital, cum ar fi planificarea media, marketingul prin e-mail etc.

Se recomandă ca participanții să petreacă până la 4 ore pe săptămână pentru a se familiariza cu materialele de lectură și pentru a finaliza testele de autoevaluare.