



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
FACULTATEA DE MANAGEMENT

Bd. Expoziției nr. 30A, Sector 1, 012104, București, România, Tel. 037 217 7141
 edu@facultateademangement.ro, www.facultateademangement.ro

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative -SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Management
1.3 Catedra	Management
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclul de studii	Licență, IF
1.6 Programul de studii/Calificarea	Management

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Afaceri pe Internet						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cornelia Maxim						
2.3 Titularul activităților de seminar	Cda drd. Octavian Perpelea						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Ec-evaluare continuă pe parcursul semestrului	2.7 Regimul disciplinei	Op.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2+2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	72	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	48
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					
Examinări					10
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	60				
3.8. Total ore din planul de învățământ	72				
3.9 Total ore pe semestru	132				
3.10 Numărul de credite	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe de bază privind utilizarea calculatoarelor personale – PC și utilizare Internet.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Navigare rapidă pe Internet.



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
FACULTATEA DE MANAGEMENT

Bd. Expoziției nr. 30A, Sector 1, 012104, București, România, Tel. 037 217 7141
 edu@facultateademanagement.ro, www.facultateademanagement.ro

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Suport logistic multimedia pentru utilizarea eficientă a instrumentelor online pentru comunicarea în afaceri gestionarea afacerilor. • Rețea calculatoare cu acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Suport logistic multimedia pentru utilizarea eficientă a instrumentelor online pentru comunicarea în afaceri gestionarea afacerilor. • Rețea calculatoare cu acces la Internet.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poate să dobândească cunoștințe teoretico-metodologice și să-și dezvolte abilități practice necesare în domeniul utilizării eficiente a Internet-ului în gestionarea afacerilor. • Poate să-și însușească cunoștințele teoretico-metodologice în sistem de instruire asistată de calculator. • Poare realiza instruirea teoretică și practică în modul de lucru interactiv și gradual pe nivele de însușire individuală accesibilă. <p>Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Își poate dezvolta abilități practice utile lucrului cu instrumentele <i>new media</i>. • Poate realiza aplicații practice și studii de caz (<i>circa 75% din structura și durata cursului</i>) din domeniul afacerilor online.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea metodelor și instrumentelor moderne de lucru în echipă în vederea realizării aplicațiilor și studiilor specifice domeniului afacerilor. • Însușirea codului deontologic al cercetării desfășurate în spațiul organizațional. • Sunt analizate critic aplicații practice utile, în vederea înțelegerii eficienței tehnologiei informației pentru gestionarea afacerilor online.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Pregătirea teoretico-metodologică inițială pentru utilizarea Internet-ului în gestionarea afacerilor. • Dezvoltarea de abilități individuale practice în utilizarea <i>new media</i> (noilor media) pentru gestionarea afacerilor.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Instruirea teoretică și practică, prin modul de lucru interactiv și gradual, pe nivele de însușire individuală accesibilă, pentru utilizarea Internet-ului în gestionarea afacerilor. • Realizarea de aplicații practice și studii de caz specifice (<i>circa 75% din structura și durata cursului</i>) din domeniul afacerilor online. • Utilizarea suportului logistic multimedia și a instrumentelor online specializate în gestionarea afacerilor



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
FACULTATEA DE MANAGEMENT

Bd. Expoziției nr. 30A, Sector 1, 012104, București, România, Tel. 037 217 7141
 edu@facultateademanagement.ro, www.facultateademanagement.ro

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> Internet-ul – instrument și rețea de comunicare universală <i>Noțiuni fundamentale, concepte și termeni.</i> <i>Rețele de calculatoare, serviciile Internet, hiperlegături, formarea și structura adreselor Web, adresele IP, clasele de adrese și rezoluția adreselor etc.</i> <i>Browser-ul, navigarea Web și motoarele de căutare.</i> 	Sistem de instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și instrumentarul online pentru mediul de afaceri.	Săpt. 1
<ul style="list-style-type: none"> Spațiul virtual și viitorul comunităților online. <i>De la comunități la comunități online.</i> Spațiul virtual și comunicarea online. <i>Avantaje / dezavantaje.</i> <i>Provocări și oportunități.</i> 	Sistem de instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și instrumentarul online pentru mediul de afaceri.	Săpt. 2
<ul style="list-style-type: none"> Internetul, mediul de dezvoltare al afacerilor. <i>Internet-ul: E-provocare & E-oportunitate pentru comunicare și afaceri.</i> <i>De la Economie la e-Economie.</i> <i>Modele de afaceri pe Internet.</i> <i>Avantajele utilizării Internetului în afaceri, în contextul crizei economice actuale.</i> 	Idem	Săpt. 3
<ul style="list-style-type: none"> Instrumente moderne de comunicare și informare în afaceri: <i>Web site-urile, Mesageria instantă, Poșta electronică, Grupurile de discuții Web, serviciile RSS (Rich Site Summary), Rețele de socializare etc.</i> <i>Blogul. Puterea blogului în afaceri</i> – Blog-ul: provocări și oportunități pentru comunicarea în afaceri. – Blogging de succes: 5 realități & 5 mituri. 	Idem	Săpt. 4
<ul style="list-style-type: none"> Rolul rețelelor de socializare în afaceri. <i>Rețele de socializare. Caracteristici generale.</i> <i>Dezvoltarea comunicării și socializării online.</i> <i>Avantajele și dezavantajele rețelelor de socializare în afaceri.</i> <i>Cele mai folosite rețele de socializare.</i> 	Idem	Săpt. 5
<ul style="list-style-type: none"> Comerțul electronic: o nouă dimensiune a afacerilor moderne. <i>Forme ale comerțului electronic.</i> <i>Arhitectura unui sistem de comerț electronic.</i> <i>Sisteme de plăți și securitate.</i> <i>Comerțul electronic între oportunități și riscuri.</i> 	Sistem de instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și instrumentarul online pentru mediul de afaceri.	Săpt. 6
<ul style="list-style-type: none"> Comerțului electronic în România în contextul Uniunii Europene. Magazinele virtuale. 	Prezentarea rezultatelor unei cercetări referitoare la utilizarea rețele de socializare în afaceri.	Săpt. 7
<ul style="list-style-type: none"> Internet-ul: mediu de publicitate și promovare. <i>Promovarea unei afaceri online. Caracteristici, particularități și instrumente.</i> <i>Tipuri și forme ale publicității pe Internet.</i> <i>Campania de promovare online. Avantajele / Dezavantajele</i> <i>Promovarea online în Romania. Perspective.</i> 	Sistem de instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și instrumentarul online pentru mediul de afaceri.	Săpt. 8



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
FACULTATEA DE MANAGEMENT

Bd. Expoziției nr. 30A, Sector 1, 012104, București, România, Tel. 037 217 7141
 edu@facultateademanagement.ro, www.facultateademanagement.ro

<ul style="list-style-type: none"> Marketing-ul în spațiul virtual. <i>Conceptul de marketing.</i> <i>Tehnici de marketing.</i> <i>Mixul de marketing (e-marketing).</i> <i>Diferența dintre marketingul tradițional și marketingul pe Internet.</i> 	Idem	Săpt. 9
<ul style="list-style-type: none"> Marketing-ului viral și blogosfera. <i>Caracteristicile marketingului viral vs. Marketing-ului tradițional.</i> <i>Tipuri de marketing viral și mesaje virale.</i> <i>Modalități de implementare ale marketingului viral</i> <i>Avantajele / Dezavantajele marketingului viral</i> Marketingului viral în România. Perspective 	Prezentarea rezultatelor unei cercetări referitoare la locul și rolul marketing-ului viral în afaceri.	Săpt. 10
<ul style="list-style-type: none"> Securitate în Internet. Aspecte psiho-sociale, etice și juridice în lumea virtuală. Legislația în Internet. 	Sistem de instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și instrumentarul online pentru mediul de afaceri.	Săpt. 11
Prezentarea eseului: <i>Influența noilor media și a instabilității legislative asupra afacerilor online.</i>	Evaluare continuă	Săpt. 12
<p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> Balaban, D. C., Iancu, I., Meza, R. (2009). <i>Pr, publicitate și new media</i>. București: Editura Tritonic. Bădău, H.M. (2011). <i>Tehnici de comunicare în social media</i>, Iași: Editura Polirom. Bhasker, B.(2009). <i>Electronic commerce. Framework, Technologies and Applications</i>. New Delhi: Editura McGraw Hill publishing Company Collins Jim. (2012). <i>Exceleța în afaceri</i>. București: Editura Curtea Veche. Cismaru D. M. (2012). <i>Social media și managementul reputatiei</i>. București: Editura Tritonic Claeysen, Y. (2009). <i>Marketingul prin e-mail - Prospectarea comerciala eficientă</i>. Iași: Editura Polirom. Evans, D., et. al. (2008). <i>Social media marketing</i>. Editura Wiley Publishing Inc, SUA. Gay Rihard, Charlesworth Alan, Esen Rita. (2009). <i>Marketing on-lin</i>. București: Editura All. Guțu-Tudor, D. (2008). <i>New media, Ediția a 2-a, revizuită</i>. București: Editura Tritonic. Kourdi, Jeremy. (2011). <i>100 idei geniale de afaceri</i>. București: Editura Adevărul. Lefter C. (2009). <i>Comerț și economie comercială</i>. București: Editura Economică. Maxim, C. (2009). <i>Comunicarea online - provocări și oportunități. Instrumente Office pentru mediul de comunicare</i>. București: Editura Comunicare.ro. Mircea, M. (2009). <i>Managementul afacerilor în economia digitală</i>. București: Editura Economică. Patriciu, V. V., Ene-Pietrosanu, M., Bica, I., Priescu, J. (2006). <i>Semnături electronice și securitatea informatică</i>. București: Editura ALL. Pînzaru, Florina (2009), <i>Manual de marketing. Principii clasice și practici actuale eficiente</i>, București, Editura C.H.Beck. Păunescu, D. (2008). <i>Afaceri pe Internet-ghidul succesului on-line</i>. București: Editura Aius. Roșca Gh.I ,Bucur C.M.,Timofte-Stanciu C.,Palu O.,Visean M. (2013). <i>Comerțul electronic –Concepte, tehnologii și aplicații</i>. București: Editura Economică. 		



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
FACULTATEA DE MANAGEMENT

Bd. Expoziției nr. 30A, Sector 1, 012104, București, România, Tel. 037 217 7141
 edu@facultateademanagement.ro, www.facultateademanagement.ro

18. Quain B. (2011). <i>Comerț –Avantajele vânzării în rețea</i> . București: Editura Curtea Veche. 19. Sălcudeanu, T., AparaschiveI, P., Toader, F. (2009). <i>Blogurile, Facebook și politica</i> . București: Editura Tritonic. 20. Vasile C. D. (2011). <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> . București: Editura ASE. 21. Wright, J. (2006). <i>Blog Marketing</i> . București: Editura Business Media Group. 22. Zbucnea A., Pînzaru F., Galalae C., (2009). <i>Ghid esențial de promovare</i> . București: Editura Tritonic.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea și rezolvarea unei aplicații practice cu cerințe bine precizate, construite pe baza conceptelor prezentate la curs.	Aplicațiee practică	Săpt. 1
Idem	Idem	Săpt. 2
Idem	Idem	Săpt. 3
Prezentarea și analiza unor <i>Bloguri de succes în afaceri</i> . <i>Prezentarea acestora.</i> <i>Analiza design-ului, a structurii și a serviciilor oferite.</i> <i>Propuneri de îmbunătățire.</i>	Aplicație practică	Săpt. 4
Locul și rolul rețelei Facebook în afaceri.	Aplicație practică	Săpt. 5
Modele de comerț online pe piața din Romania. Exemple.	Aplicație practică	Săpt. 6
Magazinul online al firmei X <i>Prezentarea firmei.</i> <i>Lansarea și prezentarea magazinului on-line</i> <i>Analiza design-ului, a structurii site-ului și a serviciilor oferite</i> <i>Proiecte de creștere a vânzărilor prin intermediul magazinului on-line</i> <i>Propuneri de îmbunătățire a magazinului on-line în vederea creșterii vânzărilor</i>	Studiu de caz	Săpt. 7
Simularea unei campanii de promovare online a firmei X	Studiu de caz	Săpt. 8
<i>Marketing-ul online al firmei X.</i>	Idem	Săpt. 9
<i>Marketing viral. Realități și tendințe.</i>	Idem	Săpt. 10
Prezentarea și rezolvarea unei aplicații practice cu cerințe bine precizate, construite pe baza conceptelor prezentate la curs.	Aplicațiee practică	Săpt. 11
Prezentarea proiectului referitor la construirea unui blog pentru afaceri.	Evaluare pe parcurs	Săpt. 12
Bibliografie		
Idem curs		



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
FACULTATEA DE MANAGEMENT

Bd. Expoziției nr. 30A, Sector 1, 012104, București, România, Tel. 037 217 7141
edu@facultateademanagement.ro, www.facultateademanagement.ro

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Însușirea cunoștințelor și a instrumentarului adecvat necesare privind crearea și dezvoltarea unei afaceri în mediul virtual.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.1 Curs	Realizarea unui eseu cu tema: <i>Influența noilor media și a instabilității legislative asupra afacerilor online:</i>	Evaluare continuă - Ec /V	50%
10.2 Seminar/laborator	Studii de caz.	Evaluare pe parcurs	20%
	Realizarea unui proiect referitor la construirea unui blog pentru afaceri.	Evaluare pe parcurs	30%
10.3 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, operarea corectă cu aceste concepte și utilizarea, pentru exemplificare, a unui instrument software din cele precizate.			

Data completării:
26 sept. 2016

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Cornelia Maxim

Semnătura titularului de seminar
Cda drd. Octavian Perpelea

Maxim

Data avizării în departament

Semnătura directorului departamentului