

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Electronică, Telecomunicații și Tehnologii Informaționale / Comunicații
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	Inginerie Electronică, Telecomunicații și Tehnologii Informaționale / 20.20.10
1.4 Ciclul de studii	Master
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Tehnologii multimedia / 20.20.10.236 / Tehnologii multimedia

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁴	Comerț electronic						
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză	Electronic Commerce						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.ing. Vlad Mihăescu						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf.dr.ing. Vlad Mihăescu						
2.4 Anul de studiu ⁶	2	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ⁷	DOP

3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate⁸)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	4 , din care:	ore curs	2	ore seminar/laborator/proiect			0/2/0
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	56 , din care:	ore curs	28	ore seminar/laborator/proiect			0/28/0
3.2 Număr total de ore desfășurate on-line asistate integral/sem.	, din care:	ore curs		ore seminar/laborator/proiect			
3.3 Număr de ore asistate parțial/săptămână	, din care:	ore proiect, cercetare		ore practică		ore elaborare lucrare de disertație	
3.3* Număr total de ore asistate parțial/semestru	, din care:	ore proiect cercetare		ore practică		ore elaborare lucrare de disertație	
3.4 Număr de ore activități neasistate/săptămână	4.9 , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					1
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					1.9
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					2
3.4* Număr total de ore activități neasistate/ semestru	69 , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					27
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					28
3.5 Total ore/săptămână ⁹	8.9						
3.5* Total ore/semestru	125						
3.6 Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de rezultate ale învățării	• Competențe generale de utilizare a Internetului și a aplicațiilor digitale colaborative.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală dotată cu echipamente multimedia. Capacitatea sălii: 25 locuri
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Sală dotată cu echipamente multimedia. Capacitatea sălii: 25 locuri

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	• C5. Studentul/absolventul gestionează traficul de pe site-uri web; • C6. Studentul/absolventul identifică factorii care influențează dezvoltarea și vizibilitatea paginii web; • C7. Studentul/absolventul descrie conceptele și metodologiile de management de proiect aplicabile dezvoltării platformelor de comerț electronic; • C9. Studentul/absolventul explică principiile și tehnicile de promovare utilizate în mediul digital; • C18. Studentul/absolventul înțelege baze de date multimedia și big data pentru conținut media și tranzacțional; • C20. Studentul/absolventul înțelege impactul social, cultural și economic al multimedia și al comerțului online; • C23. Studentul/absolventul înțelege conceptele de tehnologii emergente (edge, 5G, metaverse) aplicabile comerțului electronic. •
Abilități	• A5. Studentul/absolventul publică și editează conținut comercial prin utilizarea de software și platforme specifice; • A6. Studentul/absolventul analizează traficul pe site-urile web prin instrumente digitale și metode de cercetare în comunicare; • A7. Studentul/absolventul analizează comportamentul publicului și al consumatorilor pe baza datelor online; • A8. Studentul/absolventul utilizează instrumente de planificare și monitorizare a proiectelor de comerț electronic; • A10. Studentul/absolventul elaborează planuri și modele de afaceri digitale și monitorizează performanța lor; • A13. Studentul/absolventul evaluează și integrează soluții noi în platforme și campanii de marketing digital; • A45. Studentul/absolventul aplică metode de comunicare eficientă prin multimedia și social media; • A46. Studentul/absolventul valorifică potențialul economic al produselor și serviciilor digitale.
Responsabilitate și autonomie	• RA1. Studentul/absolventul gestionează proiecte complexe de dezvoltare și implementare a platformelor de comerț electronic; • RA4. Studentul/absolventul evaluează interacțiunea pe site-urile web și dezvoltă strategii de creștere a traficului; • RA6. Studentul/absolventul ia decizii și răspunde de atingerea obiectivelor comerciale ale proiectului; • RA8. Studentul/absolventul demonstrează inițiativă și autonomie în procesul creativ și decizional digital; • RA12. Studentul/absolventul își asumă calitatea și relevanța produselor și serviciilor dezvoltate în mediul virtual; • RA19. Studentul/absolventul planifică resurse pentru proiecte și campanii de comerț electronic; • RA22. Studentul/absolventul propune soluții orientate spre utilizator și optimizare a experienței de cumpărare online; • RA43. Studentul/absolventul promovează soluții multimedia sustenabile și responsabile în mediul digital.; •

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării specifice acumulate)

• Dezvoltarea competențelor profesionale privind proiectarea, implementarea și utilizarea aplicațiilor și platformelor de comerț electronic.. • Înțelegerea conceptelor fundamentale ale comerțului electronic, a funcțiilor, formatelor și modelelor moderne de afaceri digitale. • Formarea capacității de analiză a pieței și a comportamentului consumatorilor online prin utilizarea instrumentelor digitale și a bazelor de date. • Dobândirea aptitudinilor necesare elaborării și gestionării proiectelor și campaniilor de marketing în mediul virtual. • Dezvoltarea abilității de creare și optimizare a conținutului digital și a interfețelor web comerciale orientate spre utilizator. • Încurajarea inițiativei și autonomiei în planificarea, coordonarea și evaluarea proiectelor de comerț electronic. • Cultivarea unei atitudini responsabile față de calitatea, etica și sustenabilitatea activităților comerciale digitale. • Promovarea gândirii critice și a inovării în proiectarea de soluții tehnologice pentru mediul de afaceri online. •
--

8. Conținuturi

8.1 Curs		Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Conceptul de e-commerce. Definiții și valențe. Impactul comerțului electronic la nivel European		2		Curs interactiv cu materiale didactice prezentate cu videoproector, tablă interactivă și exemplificări, inclusiv prin secvențe video
Tipologii și clasificări ale comerțului electronic.		2		
Elemente ale mediului de marketing specifice comerțului electronic.		2		
Strategii și modele pentru lumea virtuală		2		
Formatele comerciale clasice și moderne		2		
Planificarea de marketing în comerțul electronic		2		
Marca de comerț clasică și electronică.		2		
Cercetarea de marketing în comerțul electronic.		2		
Semnificația motoarelor de căutare pentru comerțul electronic.		2		
Comportamentul cumpărătorului on-line.		2		
Elemente ale prestației de comerț electronic.		2		
Instrumentele comunicării în comerțul electronic.		2		
Sisteme de plată și metode de stabilire a prețurilor în comerțul electronic.		2		
Elemente ale distribuției în comerțul electronic.		2		
Bibliografie ¹⁰ 1. Barth K., Hartmann M., Schröder H., Betriebswirtschaftslehre des Handels, Ediția a șasea, Gabler, Wiesbaden, 2007. 2. Berekoven L., Erfolgreiches Einzelhandelsmarketing: Grundlagen und Entscheidungshilfen, Ediția a doua, Vahlen, München, 1995. 3. Samantha Shurety, e-bussiness with Net.Commerce, Publisher: Prentice Hall PTR, 1999, ISBN: 0-13-083808-X 4. Chaffey Dave, Digital Business & E-Commerce Management, 6th ed. Strategy Implementation & Practice, Publisher: TransAtlantic Publication, ISBN-13: 978-0273786542 5. Ryan Damian, Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, Publisher: Kogan Page; 4 edition (November 3, 2016), ASIN: B01MPYFBD2 6. Dan-Cristian Dabija – Comerț Electronic, U.T.Press, 2013, ISBN:978-973-662-884-9 7. Curs format elearning Campus Virtual UPT: https://cv.upt.ro/course/view.php?id=118 8. Curs format MOOC – platforma Unicampus: https://unicampus.ro/singlecourse.php?cid=2 9. Silviu Vert, Vlad Mihăescu, Dezvoltarea platformelor web cu Wordpress, Editura Politehnica, Timișoara, 2021				
8.2 Activități aplicative ¹¹		Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Stabilirea echipelor de lucru și a cerințelor de proiect.		2		Rezolvarea unor probleme tipice și soluții pentru implementarea aplicațiilor. Lucru pe PC, cu conexiune internet.
Finalizarea listei de funcționalități ale aplicației .		2		
Definitivarea planului de realizare a proiectului		2		
Lucru la proiect		8		
Evaluarea intermediară a proiectului		2		
Lucru la proiect		8		
Evaluarea finală a proiectului		4		
Bibliografie ¹² 1. DevZone, Building eCommerce Applications, Publisher: O'Reilly Media, 2011, Kindle, ASIN: B005XE2CEK 2. Patrick Brian, Selling on Shopify: How to Create an Online Store & Profitable eCommerce Business with Shopify, Publisher: GrassRoot Books (May 27, 2014), ASIN: B00KLV7NYO 3. Ravensbergen Robbert, Building E-Commerce Solutions with WooCommerce, Publisher: Packt Publishing; 2 edition, (December 30, 2015), ASIN: B019E6AOEM 4. Dan-Cristian Dabija – Comerț Electronic, U.T.Press, 2013, ISBN:978-973-662-884-9 5. Curs format elearning Campus Virtual UPT: https://cv.upt.ro/course/view.php?id=118 6. Curs format MOOC – platforma Unicampus: https://unicampus.ro/singlecourse.php?cid=2				

	7. Silviu Vert, Vlad Mihăescu, Dezvoltarea platformelor web cu Wordpress, Editura Politehnica, Timișoara, 2021
--	--

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare ¹³	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Cunoașterea noțiunilor și conceptelor fundamentale	Examen scris cu verificare orală și întrebări deschise. Se specifică baremul de notare care se comunică studenților o dată cu subiectele.	50%
9.5 Activități aplicative	S:		
	L: Evaluarea gradului de respectare a termenelor intermediare, de îndeplinire a cerințelor lucrărilor de laborator, precum și a modului de lucru în echipă.	Prezentarea rezultatelor în fața colegilor si a cadrelor didactice	50%
	P:		
	Pr:		
	Tc-R ¹⁴ :		
9.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁵			
Obținerea unei note minime de 5 pentru examenul scris și pentru evaluarea în cadrul activităților aplicative			

Data completării

24.09.2025

Titular de curs
(semnătura)

Conf.dr.ing. Vlad Mihăescu

Titular activități aplicative
(semnătura)

Conf.dr.ing. Vlad Mihăescu

Director de departament
(semnătura)

Conf. dr. ing. Horia BALTĂ

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁶

07.10.2025

Decan
(semnătura)

Prof. dr. ing. Cătălin Căleanu