

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MO

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	E-BUSINESS						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Mirabela-Constanța MATEI						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Tomina SĂVEANU						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	Ex.	2.7 Regimul disciplinei	O

(I) Impusă; (O) Opțională; (F) Facultativă

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	/1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14/
Distribuția fondului de timp ore					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					50 ore
Tutoriat					13 ore
Examinări					10 ore
Alte activități.....					0 ore
3.7 Total ore studiu individual	133				
3.9 Total ore pe semestru	175				
3.10 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Conexiune la Internet, Laptop/Tableta/PC, microfon
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Conexiune la Internet, Laptop/Tableta/PC, microfon

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Analiza aprofundată, sinteza și utilizarea informațiilor economice în vederea fundamentării deciziilor în cadrul organizațiilor. Aplicarea principiilor leadership-ului în organizație. C4. Elaborarea și implementarea unor proiecte complexe prin utilizarea conceptelor și metodelor specifice analizei sistemice, sintezei și interpretării proceselor economico-sociale C5. Evaluarea și diagnosticarea mediului intern și extern al organizației, relaționarea eficientă cu diferite categorii de instituții și organizații din mediul economico-social
-------------------------	--

Competențe transversale	CT2. Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, diagnoza și autocontrolul învățării
Aptitudini/ Competențe ESCO	Elaborează planuri de afaceri. Furnizează rapoarte de analiză cost-beneficiu. Demonstrează spirit antreprenorial.

6. 2. Rezultate așteptate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul are cunoștințe despre sisteme digitale și modele de afaceri online
Aptitudini	- Studentul/absolventul aplică TIC în management și comunicare - Studentul/absolventul aplică metode de diagnostic organizațional și utilizează instrumente digitale pentru managementul performanței.
Responsabilități și autonomie	Studentul/absolventul manifestă responsabilitate în utilizarea etică a tehnologiilor digitale

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	însușirea principiilor generale de dezvoltare a unei afaceri electronice și a pașilor necesari creării unui sit de comerț electronic; înțelegerea manierei de dezvoltare a imaginii Web a unei firme și a modalităților de promovare on-line.
7.2 Obiectivele specifice	- înțelegerea aspectelor referitoare la crearea și utilizarea unui sit de comerț electronic - înțelegerea operațiilor referitoare la vânzarea și comercializarea bunurilor și serviciilor prin intermediul tehnologiilor oferite de Internet - cunoașterea modalităților electronice de plată - explicarea noțiunilor fundamentale referitoare la crearea și utilizarea unui sit de comerț electronic - explicarea și interpretarea unor studii de caz - evaluarea concluziilor privind analiza studiilor de caz - manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific - valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice

8. Conținuturi

8.1 Curs (C)	Metode de predare	Observații
8.1.1. Prezența digitală pe web: de la site-uri statice la platforme susținute de inteligență artificială.	Prelegere și dezbateri	

8.1.2. Etapele construirii unei prezențe digitale: website, social media, mobile, omnichannel, experiențe imersive.	Prelegere și dezbateri	
8.1.3. e-Business vs. afaceri tradiționale: Analiză SWOT actualizată în era transformării digitale.	Prelegere și dezbateri	
8.1.4. Prezentare generală a modelelor moderne de e-Business: economia platformelor, modele de subscripție, gig economy, direct-to-consumer (D2C).	Prelegere și dezbateri	
8.1.5. Fundamente de marketing digital: SEO, SEM, social media, email și content marketing (aliniat cu Google Fundamentals of Digital Marketing).	Prelegere și dezbateri	
8.1.6. Marketing digital avansat: marketing susținut de AI, personalizare și automatizare.	Prelegere și dezbateri	
8.1.7. Evoluția comerțului electronic: de la e-shop la omnichannel, m-commerce și headless commerce.	Prelegere și dezbateri	
8.1.8. Digitalizarea achizițiilor și a lanțului de aprovizionare: blockchain, AI și automatizare.	Prelegere și dezbateri	
8.1.9. FinTech și banking digital: plăți electronice, criptomonede, finanțe descentralizate (DeFi).	Prelegere și dezbateri	
8.1.10. Platforme colaborative și spații de lucru virtuale: cloud, ecosisteme remote, comunități virtuale.	Prelegere și dezbateri	
8.1.11. Tehnologii imersive în e-Business: AR/VR commerce, piețe în metaverse.	Prelegere și dezbateri	
8.1.12. Analiza datelor și Marketing Mix Modeling (MMM): utilizarea AI pentru optimizare și măsurarea performanței.	Prelegere și dezbateri	
8.1.13. Sustenabilitate și modele de afaceri digitale „verzi”.	Prelegere și dezbateri	
8.1.14. Etică, confidențialitate și securitate cibernetică în e-Business.	Prelegere și dezbateri	
Bibliografie 1. Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2022). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> (8th ed.). Pearson. 2. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). <i>E-Commerce 2023: Business, Technology, Society</i> . Pearson. 3. Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2024). <i>Electronic Commerce 2024: A Managerial and Social Networks Perspective</i> . Springer. 4. Google (2025). <i>Fundamentals of Digital Marketing</i> . Google Digital Garage / Skillshop. [Free Certification Course]		
8.2 Laborator (L)		
8.2.1. Studiu de caz: Construirea unei prezențe digitale (analiza ecosistemului web și social al unei companii).	aplicații practice, studii de caz	
8.2.2. Atelier SEO & SEM: utilizarea Google Search Console și Google Ads.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.3. Proiect de campanie social media: calendar de conținut, targetare, influencer marketing.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.4. Simulare e-commerce: setarea unui magazin online (Shopify/WordPress).	aplicații practice, studii de caz	
8.2.5. Cartografierea parcursului clientului (customer journey).	aplicații practice, studii de caz	
8.2.6. Workshop de email & content marketing: utilizarea Mailchimp/HubSpot.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.7. Laborator de analiză: Google Analytics și dashboard-uri AI.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.8. Studiu de caz: digitalizarea lanțului de aprovizionare și e-procurement.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.9. Banking digital și sisteme de plată: analiză și simulare.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.10. Platforme colaborative pentru echipe virtuale (Slack, MS Teams, Trello).	aplicații practice, studii de caz	
8.2.11. AR/VR în marketing: exemple și analiză.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.12. Simulare etică & securitate cibernetică: reacție la un	aplicații practice, studii de caz	

caz de breșă de date.		
8.2.13. Analiză SWOT a unui model de e-Business.	aplicații practice, studii de caz	
8.2.14. Proiect final: Dezvoltarea unei strategii digitale pentru un startup (bazată pe cadrul Google Fundamentals of Digital Marketing).		
Bibliografie 1. Google (2025). <i>Fundamentals of Digital Marketing</i>. Google Digital Garage / Skillshop. [Free Certification Course] 2. McKinsey & Company (2024). <i>The State of AI in 2024: The view from the front lines</i>. 3. Deloitte Insights (2023). <i>Global Marketing Trends</i>. 4. Accenture (2024). <i>Technology Vision: Meet Me in the Metaverse</i>. 5. Gartner (2024). <i>Digital Commerce Trends Report</i>.		

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

- Utilizarea instrumentelor oferite de Internet în afaceri

9.2. Utilizarea instrumentelor bazate pe inteligența artificială generativă

În cadrul activităților de curs și seminar este permisă utilizarea aplicațiilor de AI pentru anumite sarcini. Cadrul didactic va menționa punctual pentru fiecare sarcină de lucru dacă este permisă utilizare AI și modul în care se poate utiliza.

Studentul are obligația de a menționa, printr-o declarație redactată distinct pentru fiecare sarcină de lucru, conform modelului prevăzut în anexa 2 a Regulamentului privind utilizarea inteligenței artificiale generative în activitatea didactică și științifică din Facultatea de Științe Economice, Universitatea din Oradea, instrumentul utilizat, modul concret de utilizare și secțiunea în care acesta a fost folosit. Declarația va fi inserată la începutul lucrării aferente sarcinii respective.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs (C)	Înțelegerea și aplicarea conceptelor de management al afacerilor digitale; capacitatea de a analiza situații de afaceri și de a justifica deciziile manageriale.	Evaluare sumativă: Săptămâna 7: Examen intermediar: test grilă + încărcare pe platformă – status parcurgere curs (digital badge – Google Fundamentals of Digital Marketing) Săptămâna 13: Încărcare finală pe platformă – finalizarea cursului (digital badge Google – Google Fundamentals of Digital Marketing)	60%
10.5 Seminar (S)	•	-	
10.6 Laborator (L)	Capacitatea de a aplica concepte privind afacerile și marketingul digital, de a analiza critic o afacere existentă, de a elabora recomandări viabile de îmbunătățire, precum și de a comunica și susține deciziile manageriale.	<i>Evaluare continuă:</i> Proiect individual și prezentare orală, urmate de întrebări și discuții între colegi. Subiect: Auditul afacerilor digitale și propunere de îmbunătățire (prezentări orale în săptămânile 9, 10, 11, 13 și 14).	40%
10.7 Proiect (P)			

10.8 Lucrări practice (P)			
10.9 Standard minim de performanță			
Demonstrarea înțelegerii conceptelor esențiale de gestionare a afacerilor digitale; obținerea unei note minime de 5/10 la proiectul individual; îndeplinirea cerințelor de finalizare a cursului Google; și obținerea unei note finale minime de 5/10.			

Data completării

22.09.2026

Titular de curs:

prof. univ. dr.habil. MATEI Mirabela-Constanța

Adresa de e-mail: mmatei@uoradea.ro

Titular de seminar:

Conf.univ.dr. Tomina SĂVEANU

Adresa de e-mail: tsaveanu@uoradea.ro,

Director de Departament,
Prof. univ. dr.habil. ABRUDAN Maria-Madela
(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

**Data avizării în
Departament:**

25.09.2026

Date de contact:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Management-Marketing
Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp F, etaj 3, sala F 303
Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Tel.: 0259-408796.; Fax: 0259-408409
E-mail: steconomice@uoradea.ro
Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Decan,

**Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe
Economice:**

28.09.2026

Prof.univ.dr.habil. Diana SABĂU-POPA

Date de contact:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan
Str. Universității, nr. 1
Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409
E-mail: steconomice@uoradea.ro
Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>