

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Marketing și comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Inteligență artificială și e-commerce						
2.2. Codul disciplinei	1174.2OB09S						
2.3 Titularul activităților de curs							
2.4 Titularul activităților de seminar							
2.5 Anul de studiu	II	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare	V	2.8 Regimul disciplinei	Ob

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care:	3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care:	3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp						ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						10
Tutoriat						10
Examinări						2
Alte activități.....						
3.7 Total ore studiu individual						72
3.9 Total ore pe semestru						100
3. 10 Numărul de credite						4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Marketing
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• sală cu tabla, video-proiector/smartboard, computere, internet
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• sală cu tabla, video-proiector/smartboard, computere, internet



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Utilizarea metodelor și tehnicilor de analiza, proiectare și implementare a bazelor de date avansate, precum și organizarea și prelucrarea volumelor mari de date Fundamentarea deciziilor în contextul economiei actuale utilizând tehnologiile de Business Intelligence Dezvoltarea de proiecte de cercetare complexe privind integrarea tehnologiilor informatice în sistemele cu baze de date
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Identificarea oportunităților de formare continuă și utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată Competențe digitale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Însușirea de către studenți a elementelor fundamentale privind algoritmi de inteligență și regresie, de clasificare și de clusterizare Cunoașterea tipurilor de algoritmi de tip Machine Learning pentru analiza datelor
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Însușirea și folosirea corectă a termenilor specifici, a conceptelor de bază ale AI în marketing

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere Inteligență Artificială în marketing	Prelegere, dezbateri	
2. Big Data	Prelegere, dezbateri	
3. Elemente de analiza exploratorie a datelor	Prelegere	
4. Algoritmi inteligenți de regresie	Prelegere, dezbateri	
5. Algoritmi inteligenți de clasificare	Prelegere, dezbateri	
6. Algoritmi inteligenți de clusterizare	Prelegere, dezbateri	
7. Prognoză și Serii de Timp	Prelegere, dezbateri	
Bibliografie		
1. Cristea, D.S. (2022). Note de curs. Inteligență artificială și e-commerce		
2. Mike Walsh, "The Algorithmic Leader", ISBN: 978-1989025481, 2019		
3. Ajay Agrawal, Joshua Gans, and Avi Goldfarb "Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence" ISBN: 978-1633695689, Harvard Business Review Press, 2019		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Explorarea conceptelor de bază ale AI în marketing folosind Exploratory; introducere în interfața și funcțiile software-ului	studii de caz	
2. Lucru cu seturi mari de date, import și prelucrare în Exploratory; identificarea tendințelor și pattern-urilor relevante pentru marketing.	studii de caz	
3. Implementarea analizelor exploratorii pentru a descoperi caracteristici și relații în date; folosirea graficelor și a vizualizărilor pentru interpretarea datelor.	studii de caz	
4. Crearea și testarea modelelor de regresie pentru a prezice comportamente ale consumatorilor; utilizarea Exploratory pentru a ajusta și evalua modelele	studii de caz	
5. Dezvoltarea și aplicarea algoritmilor de clasificare pentru segmentarea	studii de caz	



pieței; analiza performanței modelelor în Exploratory		
6. Folosirea algoritmilor de clusterizare pentru a identifica segmente de piață și profiluri de clienți; interpretarea rezultatelor utilizând funcțiile Exploratory	studii de caz	
7. Utilizarea modelelor de serie de timp pentru a prognoza tendințe de piață și comportamente ale consumatorilor; analiza ciclicității și sezonalityții folosind Exploratory	studii de caz	
Bibliografie:		
1. https://exploratory.io/howto?language=en		
2. https://exploratory.io/videos		
3. https://exploratory.io/map		

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

Utilizarea inteligenței artificiale (AI) în marketing a devenit o practică tot mai răspândită datorită capacității sale de a analiza date mari, a identifica tendințe și a personaliza experiențele clienților. AI poate fi aplicată în diverse aspecte ale marketingului, inclusiv în analiza comportamentului consumatorilor, optimizarea campaniilor publicitare și crearea de conținut personalizat.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezența la activitatea didactică (curs) Nivelul de cunoștințe, Capacitatea de analiză, Argumentarea, expresivitatea, Gradul de asimilare a limbajului de specialitate, capacitatea de comunicare	Observație sistemică, investigația	10%
		Evaluare scrisă	30%
10.5 Seminar / laborator	Prezența la activitatea didactică (seminar), Creativitatea, Originalitatea, Capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor învățate Interesul pentru studiu individual	Proiect, Portofoliu de teme	60%
		Evaluare scrisă	
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Să fie capabil să folosească terminologia de specialitate și să elaboreze un proiect referitor la aplicabilitatea inteligenței artificiale în marketing Să obțină minim nota 5 (cinci) la proba de evaluare scrisă. 			

