



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



FuseIT curriculum and training material introduction

Catalin Amza, UPB-CAMIS

Future competences pathways for marketing and ICT education

www.knf.vu.lt/en/fuseit

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Teme dezvoltate

- > Bazele marketing-ului
- > Introducere în cercetarea de marketing
- > Fidelizarea clienților
- > Creativitatea strategică
- > Gestionarea Experienței Clienților
- > Marketing digital
- > Optimizarea publicității în Web
- > Analiză CRM
- > Analiză digitală
- > Mijloacele de comunicare sociale
- > Marketing prin dispozitivele mobile
- > Marketing prin e-mail
- > Marketing prin materiale video
- > WEM Gestionarea experienței on-line
- > BI și suportul decizional
- > Conceperea Design-ului
- > Excel
- > Subiecte locale
- > Test final



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Course content: breakdown of the topics	Partners	ECTS	Theory (academic hours)	Slides**	Practical tasks (academic hours)	Total (academic hours)
Basics of marketing	VU	0,4	2	30	0	2
Introduction to market research	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Customer loyalty, satisfaction and engagement	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Strategic creativity	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Customer Experience Management	VU	0,1	1	15	1	2
CRM analytics	VU	0,2	1	15	1	2
Mobile marketing	VU	0,2	0,5	8	1,5	2
Video marketing	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Decision making and business intelligence	VU	0,2	1	15	1	2
Design thinking	VU	0,05	1,5	23	0,5	2
Digital analytics	RO	0,4	1	15	2	3
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	RO	1				10
Optimization of advertisement in Web	PT	0,7	3	45	2	5
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	PT	1				10
Digital marketing	LV	0,8	4	60	2	6
Social media	LV	0,2	0,5	8	1,5	2
WEM (Web experience management)	LV	0,15	0,5	8	1,5	2
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	LV	1				10
Email marketing	ITI	0,15	0,5	8	3,5	4
Excel	ITI	0,05	0	0	2	2
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	ITI	1				10



Structura suporturilor de curs

<p>Title of training material topic</p> <p>Number of Hours: 10 hours Module Aim: To introduce Learning Outcomes:<ul style="list-style-type: none">Understanding of......</p>	<p>Aim and Learning Outcomes</p> <p>Number of Hours: 10 hours Module Aim: To introduce Learning Outcomes:<ul style="list-style-type: none">Understanding of......</p>	<p>Lecture Outline</p> <p>Name of subtopic: 1 Name of subtopic: 2 Name of subtopic: 3</p>	<p>Evaluation methods</p> <p>For example, providing reflection questions to students (influence of topics, difficulties, challenges,...) etc...</p>	<p>Required equipment or other material</p> <p>For example:<ul style="list-style-type: none">MRI Office;MRI;Internet;Assessment or Readiness;Mathematic;Paper and pencil;</p>	<p>Preparation for lectures</p> <p>This slide is actual for teachers. For example:<ul style="list-style-type: none">Teachers' presentations to enhance what potential interest or importance these might have.Subject-specific personnel should attend in initial voluntary programs.</p>
<p>Target groups</p> <p>Students at university; Educators, university staff, adult education centers etc.; Business sector (employer and employee)</p>	<p>Didactic materials</p> <p>Text in the slides and notes; Video (audio) clips (IM and local versions); Images (pictures, infographics...)</p>	<p>Recommendations</p> <p>Training material according to the syllabus items:<ul style="list-style-type: none">Each subtopic should have self-evaluation toolsSelf-evaluation tests should be presented in the Word document(20 questions) per hour</p>	<p>Name of subtopic 1</p> <p>If you have subtopics, you could start with automatic slide and please use section the next subtopic.</p>	<p>Items and notes in the slides</p> <p>Short item 1 (recommended) no more than 3 words per item; Short item 2 (recommended) no more than 7 words per item; Short item 3 (recommended) no more than 7 words per item; Please write notes in the slides; * 5+ sentences</p>	<p>Usage of pictures in the slides</p> <p>Marketing Success Team Plan</p>
<p>Usage of pictures in the slides</p> <p>of picture</p>	<p>Usage of pictures in the slides</p> <p>Marketing Success Team Plan</p>	<p>Usage of YouTube videos in the slides</p> <p>INTRO TO MARKETING</p>	<p>Name of subtopic 2</p> <p>If you have subtopics, you could start with automatic slide and please use section the next subtopic.</p>	<p>Useful topic related links</p> <p>http://www.tutorvista.com/help/topic.php?topic_id=10 https://www.youtube.com/watch?v=0z1d1t1zqg http://www.ted.com/talks/steve_kotler_how_to_be_a_genius</p>	<p>Usage of pictures in the slides</p> <p>Marketing Success Team Plan</p>
<p>fuse IT</p>	<p>CAMIS Research, Development and Innovation Excellency</p>	<p>UNIVERSITY OF BUCHAREST UPB 1818</p>	<p>fuse IT</p>	<p>fuse IT</p>	<p>Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union</p>



Exemplu de curs

**Unitate:
Optimizarea publicității în mediul online**



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Exemplu

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Optimizarea publicității în mediul online

Future competence pathway for marketing and I.T education and innovation

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

fuseIT ►

Scopul și rezultatele cursului

- Număr de ore: 5 ore
- Scopul modulului: Strategies of optimizing Web advertising
- Cunoștințele dobândite:
 - Întelegerea Publicității media și a dimensiunilor marketului
 - Cunoștințe despre Motoarele de căutare și distribuția marketului
 - Întelegerea Google Ads
 - Cunoștințe despre măsurarea performanței

fuseIT ►

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Schițarea cursului

- Publicitate medie și mărimea marketului
- Motoare de căutare și distribuția marketului
- Google Ads
- Începerea unei noi campanii
- Măsurarea performanței

fuseIT ►

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

fuseIT ►

Modalități de evaluare

- Studii de caz
- Teste de autoevaluare

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

fuseIT ►

Echipamente sau alte materiale necesare

- Computer
- Acces la internet

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

fuseIT ►

Pregătirea pentru curs

- Accesul la internet este necesar pentru participarea la acest curs

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

fuseIT ►

Grupuri țintă

- 1. Studenți în cadrul universităților
- 2. Profesori, membri din conducerea facultăților, centre de educare
- 3. Sectorul afacerilor (angajați și angajatori)

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

fuseIT ►

Materiale didactice

- Slide-uri cu text și comentarii
- Videoclipuri
- Imagini

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Exemplu



Publicitatea medie și dimensiunile pieței

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Publicitatea medie și dimensiunile pieței

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Categorie	2019 (Billion USD)	2020 (Billion USD)	2021 (Billion USD)	2022 (Billion USD)
Digital	~100	~120	~140	~160
Print	~50	~40	~30	~20
Total	~150	~160	~170	~180

Publicitatea medie și dimensiunile pieței

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Distribuția pe piață a motoarelor de căutare

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Motore de căutare	Share (%)
Google	~70
Yahoo	~10
Bing	~10
Others	~10

- Astăzi, utilizatorii pot alege dintre peste 20 de motoare de căutare alternative.
- Cu toate acestea, dominarea Google este încă prea mare.
- Google generază mai mult trafic pe internet.
- Google Ads este liderul în anunțuri pe internet.

Google Ads

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Formatul anunțurilor

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- Anunțuri text – anunțuri de căutare plătite:
 - Rezultatul de căutare a reprezintă un anunț (ad)
 - Rezultatul de căutare a motocarierelor de căutare
- Afișarea anunțurilor:
 - Imagine și anunț (mediul bannere, butonuri) afișate în cadrul Google și în rezultatele căutării
 - Imagine adăugată pentru dezvoltatorul de aplicații care să afișeze anunțurile
- Comparările pe Google:
 - Instrumente de comparație a prețurilor
- Anunțuri video - YouTube
- Aplicații mobile/jocuri

KPI (ICP) – Key Performance Indicators (Indicatorii de performanță cheie)

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- CTR – Click-through rate
- RAR – Rate of return
- CPM – Cost per mille (cost per 1000 impressions)
- CVR – Conversion rate
- E-commerce – Reveneu efectiv și margin rate
- ROI – Return on investment – rezultatul obținut în urma investiției
- Costul de căutare:
 - Cât de multă valoare aduce clienții în cadrul unei prestații fără să fie influențați în ceea ce privește cumpărăturile
 - Cât de multă valoare aduce clienții care nu au achiziționat produse sau servicii
- ROI după cumpărături

Rezultate organice

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- Google scană și automatizează paginile web
- Follows a program special, cunoscut drept pilărieni/ldjători
- Colectează continut și hyperlinkuri
- Durată ceva, WWW este în continuu creștere
- În urmă cu puțin timp, web care nu au fost încă descoperite de motoarele de căutare își pierd existența. Pe de altă parte, site-urile care sunt prima pagina de căutare își mențin existența.
- Rank-ul paginii
- Funcție seriale pagini web de către motoare de căutare
- Multă competiție (SEO)

Cookie-uri de urmărire

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- De fiecare dată când intrăți pe o pagină web care folosește AdSense Network, rețeaua Ads vă vor urmări și vor stoca informații:
 - Profilarea clientului
 - Afisarea de anunțuri

Google Ads – Crearea contului

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

<https://ads.google.com>

- Loghează-te sau creează un nou cont Google
- Help make our ads better by sharing your personal information
- Direct download from Google Sheets. If you don't have it, just follow the steps.
- Please enter your email address and password.

Google Ads – Crearea contului

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- La crearea contului, alegeți tipul: același (personal sau pentru administrația unei afaceri)

Google Ads – Crearea contului

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- Ghidul initial de configurare este simplu și direct.
- De asemenea, procesul de configurare vă va ghida spre crearea primei voacăți campanii.
- Puteți să ignorați acest pas momentan.

Google Ads – Crearea contului

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- De după finalizarea procesului de configurație, veți ajunge în Panoul de Control al Google Ads.

Google Ads – Ansamblu

fuse IT Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

- Contul vostru este asociat cu un e-mail unic, precum și cu informațiile de facturare.
- În interior, campaniile de publicitate asociate contului sunt organizate printr-o structură jerarhică.

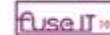
Exemplu



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

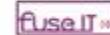
Începerea unei campanii noi – Anunțuri

- Creaază anunțuri (pentru fiecare grup anterior)
- Configurează pentru fiecare grup creat anterior
 - Titlu
 - Descriri
 - Afisare a căilor
 - Opțiunile anunțului



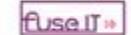
Start a new campaign – Review and Publish

- Revizuează-ți campania
 - Verifică și corectează orice problemă/alertă/attenționare
 - Schimbă configurația
- Publică



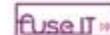
Măsoară performanța

- Rapoartele anunțurilor
 - Cauță raporturile cuvintelor
 - ce căuta camenii
 - Raportul schimbărilor
 - schimbări ale clickurilor, plășilor, conversiilor
 - Rapoarte plășne și organice
 - Compară-te
 - Rapoarte interioare
 - Compară cu alți competitori asupra plășilor



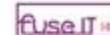
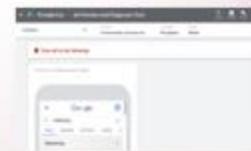
Măsoară performanța

- Metrice:
 - Afisări – de câte ori anunțul a fost afișat
 - Clickuri – de câte ori anunțul a fost apăsat
 - CTR = raportul clickuri/afisări
 - CPC = costul per click
 - Poziția medie
 - 1.0 – înseamnă că anunțul a fost afișat în principal pe a doua poziție
 - Conversie – performanța utilizatorului (cumpărări, subscrieri, ...)
 - Rata de conversie – relația dintre clickuri și conversie



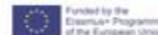
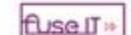
Măsoară performanța

- Instrumente:
 - Previzualizarea anunțului și instrumentul de diagnoză
 - Testează anunțul folosind cuvintele cheie



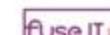
Măsoară performanța

- Instrumente:
 - Urmărirea conversiilor
 - urmărește ce se întâmplă după ce utilizatorii dau click pe anunț
 - Adaugă HTML/JS widget pentru a oferi „succes”
 - Urmărește apelurile telefoniice
 - Acționare aplicații/locuri mobile



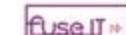
Măsoară performanța

- Instrumente:
 - Google Analytics
 - un set gratuit pentru analiza traficului sitului web
 - Adaugă HTML/JS widget pentru toate paginile web
 - Integrează folosind AdSense



Măsoară performanța

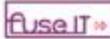
- Optimizează:
 - Creață mai multe pagini de plasare relevante, legate de cuvintele cheie



Exemplu

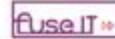
Sarcini practice:

1. Creață un site web cu scopul de testare
2. Fă-ți pagina de plasare prietenoasă cu telefoanele mobile
3. Folosește analize pentru a vedea comportamentul utilizatorului și pentru optimizează iar(Hotjar, Crazyegg, Smart Look, Google Analytics)
4. Fă-ți cont pe Google Ads și configura o „Campanie nouă”



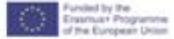
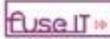
Teste:

- Considering you have a Clothing Business:
- Consideră că ai o afacere în domeniul IMBĂRĂȚĂMIRE:
- 1. Descrie strategia pentru optimizarea anunțurilor web.
- 2. Ce tip de tehnici folosești pentru a îmbunătăți site-ul?
- 3. Descrie procesul de optimizare al motorilor de căutare pentru afacerea ta.
- 4. Cum ai îmbinat strategii SEO și SEM în afacerea ta?
- 5. Cum ai gândit o strategie de campanie pentru promovarea afacerii tale în social media?
- 6. Ce tip de format ai ales pentru anunțul tău și de ce ?



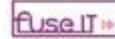
Teste:

7. Cum ai putea să măsozi performanța campaniei tale?
8. Cum ai putea să identifici nevoile clienților?
9. Descrie tehnici pentru angajamentul consumatorului și creații o retencie.
10. Cum pot ajuta anunțurile conturarea unei strategii de comunicare puternice?
11. Deceă bugetul tău pentru marketing online ar fi de 20.000 €, descrie cum ai folosi acești bani pentru lansarea unui nou brand.
12. Google Ads îți permite să învelești potențialilor clienți printr-mii de situri publicate. Numește minim încă 5 caracteristici.
13. Descrie 2 tehnici de publicitate comune pe care NU le-ai folosit în afacerea ta și de ce?



Linkuri utile

- Larger advertising platforms: <https://www Forbes.com/sites/forbes/2018/09/20/where-is-now-the-1-digital-ad-platform-in-the-u-world-google-and-facebook-super-marketers>
- Google Ads - Create Account: <https://ads.google.com>
- Google Ads Help: <https://support.google.com/google-ads/answer/1488274?hl=en>
- Optimize your ads and landing pages: <https://support.google.com/google-ads/answer/9378815?hl=en>
- Dynamic Search Ads: <https://support.google.com/google-ads/answer/11661279?hl=en>
- Target Dynamic Search Ads: <https://support.google.com/google-ads/answer/11661279?hl=en>
- Choose your bid and budget: <https://support.google.com/google-ads/answer/1177541?hl=en>
- Finding success with Smart Bidding: <https://support.google.com/google-ads/answer/1181417?hl=en>
- Ads Policies: <https://support.google.com/adspolicy/answer/7000942?hl=en>
- Keyword Planner: <https://support.google.com/google-ads/answer/7732397?hl=en>
- How to be successful with google ads: <https://support.google.com/google-ads/answer/10000000?hl=en>



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Mulțumim pentru atenție!

CAMIS- UPB

Splaiul Independentei nr313 Bucuresti

<http://www.camis.pub.ro/>

www.knf.vu.lt/en/fuseit
Project Implementation Period
01 11 2019 – 31 10 2021



FuseIT Project
#FuseIT



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union