



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași |
| 1.2 Facultatea | Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor |
| 1.3 Departamentul | Management – Marketing și Administrarea Afacerilor |
| 1.4 Domeniul de studii | Marketing |
| 1.5 Ciclu de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | Marketing |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|--|------------------------|--------------|---|---------------------|---|-------------------------|---|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Cercetări de marketing | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | Dumitru-Tudor JIJIE | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de seminar | Dumitru-Tudor JIJIE | | | | | | |
| 2.4 An de studiu | 3 | 2.5 Semestru | 1 | 2.6 Tip de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | O |

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

| | | | | | |
|--|----|----------------|----|-------------------|-----|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 4 | din care: curs | 2 | seminar/laborator | 2 |
| 3.2 Total ore din planul de învățământ | 56 | din care: curs | 28 | seminar/laborator | 28 |
| 3.3 Distribuția fondului de timp | | | | | Ore |
| Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele | | | | | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 20 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 20 |
| Tutoriat | | | | | 6 |
| Examinări | | | | | 3 |
| Alte activități..... | | | | | - |
| 3.4 Total ore studiu individual | | | | | 69 |
| 3.5 Total ore pe semestru | | | | | 125 |
| 3.6 Număr de credite | | | | | 5 |

4. Precondiții (dacă este cazul)

| | |
|-------------------|----|
| 4.1 De curriculum | NA |
| 4.2 De competențe | NA |

5. Condiții (dacă este cazul)

| | |
|--|--|
| 5.1 De desfășurare a cursului | NA |
| 5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului | Sală dotată cu lap-top, videoproiector și acces internet / Acces online la SPSS. |





6. Competențe specifice acumulate

| | |
|--------------------------------|--|
| Competențe profesionale | <p>C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing (2 credite)</p> <p>C1.4 Studierea comparativă și evaluarea critică a metodelor, tehnicilor și instrumentelor în activitatea de marketing (1 credit)</p> <p>C1.5 Proiectarea unui studiu de marketing (1 credit)</p> <p>C2 Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing (2 credite)</p> <p>C2.2 Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing (1 credit)</p> <p>C2.5 Dezvoltarea și utilizarea bazelor de date specifice activității de marketing (1 credit)</p> <p>C3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său (1 credit)</p> <p>C3.5 Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței (1 credit)</p> |
| Competențe transversale | <p>CT1. Dezvoltarea spiritului analitic (1 credit);</p> <p>CT2. Dezvoltarea spiritului critic (1 credit).</p> |

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

| | |
|-----------------------------------|---|
| 7.1. Obiectivul general | <p>Înțelegerea cercetărilor de marketing ca proces și set de metode și a importanței acestora în diferite situații din mediul de afaceri.</p> |
| 7.2. Obiectivele specifice | <p>La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> elaboreze o propunere de cercetare;<input type="checkbox"/> aleagă și să aplice designul potrivit de cercetare;<input type="checkbox"/> analizeze date cantitative și calitative culese;<input type="checkbox"/> elaboreze un raport de cercetare;<input type="checkbox"/> prezinte rezultatele unei cercetări de piață. |



**8. Conținut**

| 8.1 | Curs | Metode de predare | Observații (ore și referințe bibliografice) |
|-----|--|-------------------|--|
| 1. | Introducere în cercetarea de marketing | Curs interactiv | 2 ore |
| 2. | Definirea problemei | Curs interactiv | 2 ore |
| 3. | Cercetarea exploratorie | Curs interactiv | 4 ore |
| 4. | Cercetarea descriptivă | Curs interactiv | 2 ore |
| 5. | Cercetarea cauzală | Curs interactiv | 2 ore |
| 6. | Măsurarea și scalarea | Curs interactiv | 2 ore |
| 7. | Eșantionare și sondaj | Curs interactiv | 2 ore |
| 8. | Analiză descriptivă de date | Curs interactiv | 2 ore |
| 9. | Analiză inferențială de date | Curs interactiv | 8 ore |
| 10. | Raportul de cercetare | Curs interactiv | 2 ore |

Bibliografie**Referințe principale:**

Malhotra, N. – *Marketing Research. An Applied Orientation*, Pearson, 2009

Referințe suplimentare:

Datculescu, P. – *Cercetarea de marketing*, Brandbuilders Grup, 2006

Malhotra, N.; Nunan, D.; Birks, D. – *Marketing Research. An Applied Approach* (5th ed.), Pearson, 2017

McDaniel, C.; Gates, R. – *Marketing Research* (11th ed.), Wiley, 2018

McDaniel, C.; Gates, R. – *Marketing Research Essentials*, Wiley, 2005

Prutianu, S.; Anastasiei, B; Jijie, T. – *Cercetarea de marketing: studiul pieței pur și simplu*, Polirom, 2005





| 8.2 | Seminar / Laborator | Metode de predare | Observații (ore și referințe bibliografice) |
|-----|---|--|--|
| 1. | Introducere în cercetarea de marketing | Prezentare și dezbateri. | 2 ore |
| 2. | Research proposal – introducere | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 2 ore |
| 3. | Cercetarea secundară și formularea ipotezelor | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 2 ore |
| 4. | Instrumente de cercetare | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 4 ore |
| 5. | Eșantionare și sondaj | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 2 ore |
| 6. | Research proposal - final | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 2 ore |
| 8. | SPSS – baza de date | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 2 ore |
| 9. | SPSS – analiză de date | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 8 ore |
| 10. | Raport de cercetare | Dezbateri aplicată pe proiect de echipă. | 4 ore |

Bibliografie**Referințe principale:**

Malhotra, N. – *Marketing Research. An Applied Orientation*, Pearson, 2009

Referințe suplimentare:

Datculescu, P. – *Cercetarea de marketing*, Brandbuilders Grup, 2006

Malhotra, N.; Nunan, D.; Birks, D. – *Marketing Research. An Applied Approach* (5th ed.), Pearson, 2017

McDaniel, C.; Gates, R. – *Marketing Research* (11th ed.), Wiley, 2018

McDaniel, C.; Gates, R. – *Marketing Research Essentials*, Wiley, 2005

Prutianu, S.; Anastasiei, B; Jijie, T. – *Cercetarea de marketing: studiul pieței pur și simplu*, Polirom, 2005

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Noțiunile teoretice specifice cercetării de marketing sunt expuse studenților în cadrul cursurilor și seminariilor și apoi sunt aprofundate prin realizarea unei cercetări de piață ce vizează un produs real, existent pe piață. Totodată se face apel la prezentarea, analizarea și dezbateri a unor studii de caz ce ilustrează situații concrete din mediul de afaceri.

Adaptarea conținutului disciplinei se face și prin analizarea feedbackului oferit de absolvenți sau de studenții care sunt angajați.



**10. Evaluare**

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere în nota finală (%) |
|---|---------------------------|-------------------------------|---|
| 10.4 Curs | Examen; | Quiz și output-uri SPSS | 40%; |
| 10.5 Seminar/ Laborator | Proiect și prezență. | Evaluare proiect și prezență. | 30% propunere de cercetare + 10% bază de date SPSS + 20% prezentare + 30% raport de cercetare + 10% prezență – penalități nepredare livrabile |
| 10.6 Standard minim de performanță 4,40 la examen, 4,40 la media ponderată a examenului și seminarului. | | | |

Data completării

Titular de curs

Titular de seminar

21.09.2023

Dumitru-Tudor JIJIE, Conf. Dr.**Dumitru-Tudor JIJIE**, Conf. Dr.

Data avizării

Director de departament

28.09.2023

Prof. Univ. Dr. **Andrei NEȘTIAN**