



## 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	Contabilitate, Informatică Economică și Statistică
1.4 Domeniul de studii	Cibernetică, Statistică și Informatică Economică
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Statistică și Previzune Economică

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Metode cantitative în studiul pieței						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Christiana Brigitte SANDU						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Christiana Brigitte SANDU						
2.4 An de studiu	3	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OB

\* 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	48	din care:	curs	24	seminar/laborator	24
3.3 Distribuția fondului de timp						ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele						25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						25
Tutoriat						8
Examinări						4
Alte activități.....						
3.4 Total ore studiu individual						77
3.5 Total ore pe semestru						125
3.6 Număr de credite						5

### 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

### 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Prezența la curs este recomandată.
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	Prezența la seminar este obligatorie la cel puțin 60% din activități.





## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	C 1.4. Analiza proceselor și fenomenelor socio-economice prin aplicarea metodelor statistice și econometrice (1,5 credite) C 2.4 Evaluarea comparativă a metodelor și tehnicilor de cercetare statistică (1 credit) C 2.5. Aplicarea principiilor și metodelor pentru realizarea unei cercetări statistice (1 credit) C 3.3. Aplicarea softului pentru realizarea de cercetări statistice (1 credit) C 5.3. Folosirea metodelor adecvate pentru previziunea fenomenelor social-economice (0,5 credite) C 6.3. Aplicarea modelelor statistice și econometrice pentru analiză și previzionare (1 credit)
<b>Competențe transversale</b>	Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

<b>7.1. Obiectivul general</b>	Înțelegerea și aplicarea metodelor cantitative utilizate în cercetările de piață.
<b>7.2. Obiectivele specifice</b>	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Explice principalele concepte și probleme ale studiilor de piață</li><li>▪ Descrie metodele cantitative aplicate în cercetările de piață</li><li>▪ Utilizeze metodele statistice și econometrice în studiul pieței</li><li>▪ Analizeze legăturile dintre fenomenele specifice cercetării pieței</li><li>▪ Prezinte rezultatele obținute cu ajutorul programelor statistice</li></ul>

## 8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Probleme conceptuale și metodologice privind studiile de piață	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	2 ore: (6)
2.	Analiza univariată a varianței aplicată în selecția canalului de distribuție (Testul t pentru eșantioane independente; Testul t pentru eșantioane dependente)	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	4 ore: (1, 2, 7, 8)





3.	Analiza univariată a varianței aplicată în selecția canalului de distribuție (ANOVA uni și bifactorială)	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	4 ore: (1, 2, 7, 8)
4.	Analiza multivariată a varianței aplicată în selecția canalului de distribuție (MANOVA)	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	2 ore: (1, 2, 7, 8)
5.	Analiza de asociere aplicată în studiul satisfacției clienților (Testul $\chi^2$ )	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	4 ore: (1, 2, 7, 8)
6.	Analiza de regresie multiplă aplicată în studiul satisfacției consumatorilor	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	4 ore: (2, 8, 11)
7.	Analiza de regresie logistică aplicată în studiul diferențelor între consumatori	Prelegerea Exemplificarea Problematizarea	4 ore (4, 8)

**Bibliografie****Referințe principale:**

1. Jaba, E. (2002). *Statistica, ediția a 3-a*, Ed. Economică, București.
2. Jaba, E., Jemna, D. (2006), *Econometrie*, Ed. Sedcom Libris, Iași
3. Niculae M. (2011). *Metode cantitative în studiul pieței, vol. I și II*, Ed. Economică, București.
4. Demetrescu M.C. (1971). *Metode cantitative în marketing*, Ed. Științifică, București.
5. Drăgan J.C., Demetrescu M.C.(1996). *Practica prospectării pieței*, Ed. Europa Nova, București.
6. Lendrevie J., Levy J., Lindon D. (2009). *Mercator. Theories et nouvelles pratiques du marketing*, 9<sup>e</sup> edition, Dunod, Paris.
7. Iacobucci, D. (2012). *Marketing Models*, Cengage Learning.
8. Hair, J. F. Jr.; Black, W. C.; Babin, B. J. & Anderson R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis. A Global Perspective*, 7<sup>th</sup> ed., Upper Saddle River et al., Pearson.
9. Hanssens, D. M., Parsons, L. J. & Schultz, R. L. (2003). *Market Response Models: Econometric and Time Series Analysis*, 2<sup>nd</sup> ed., Boston et al., Kluwer Academic Publishers.
10. Lilien, G. L. & Rangaswamy, A. (2006). *Marketing Engineering*, revised 2<sup>nd</sup> ed., Victoria, Trafford Publishing.
11. Leefang, P. S. H., Witink, D. R., Wedel, M. & Naert, P. A. (2000). *Building Models for Marketing Decisions*, Boston et al., Kluwer Academic Publishers.
12. Weiss, N. A. (2007). *Introductory Statistics*, 8<sup>th</sup> ed., Boston et al., Addison Wesley .
13. Wierenga, B. (2008). *Handbook of Marketing Decision Models*, New York et al., Springer.

**Referințe suplimentare:**

Vor fi oferite pe perioada derulării cursului prin intermediul platformei Blackboard Learn FEAA.

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Probleme conceptuale și metodologice privind studiile de piață	Exemplificarea Studiu de caz	2 ore: (9)
2.	Analiza univariată a varianței aplicată în selecția canalului de distribuție (Testul t pentru eșantioane independente; Testul t pentru eșantioane dependente)	Exemplificarea Studiu de caz Exerciții individuale și de grup Conversația de verificare	4 ore: (1, 3, 10, 11)
3.	Analiza univariată a varianței aplicată în selecția canalului de distribuție (ANOVA uni și bifactorială)	Exemplificarea Studiu de caz Exerciții individuale și de grup Conversația de verificare	4 ore: (1, 3, 10, 11)





4.	Analiza multivariată a varianței aplicată în selecția canalului de distribuție (MANOVA)	Exemplificarea Studiu de caz Exerciții individuale și de grup Conversația de verificare	4 ore: (1, 3, 10, 11)
5.	Analiza de asociere aplicată în studiul satisfacției clienților (Testul $\chi^2$ )	Exemplificarea Studiu de caz Exerciții individuale și de grup Conversația de verificare	4 ore: (1, 3, 10, 11)
6.	Analiza de regresie multiplă aplicată în studiul satisfacției consumatorilor	Exemplificarea Studiu de caz Exerciții individuale și de grup Conversația de verificare	4 ore: (1, 3, 10, 11)
7.	Analiza de regresie logistică aplicată în studiul diferențelor între consumatori	Exemplificarea Studiu de caz Exerciții individuale și de grup Conversația de verificare	6 ore: (7, 11)

**Bibliografie**

1. Jaba, E., Grama A. (2004). Analiza statistică cu SPSS sub Windows, Ed. Polirom, Iași.
2. Field, Andy (2012). *Discovering Statistics Using R*, 1<sup>st</sup> ed., London et al., Sage.
3. Field A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, 3<sup>rd</sup> edition, Sage London.
4. Jaba, E. (2002). *Statistica, ediția a 3-a*, Ed. Economică, București.
5. Jaba, E., Jemna, D. (2006), *Econometrie*, Ed. Sedcom Libris, Iași
6. Niculae M. (2011). *Metode cantitative în studiul pieței, vol. I și II*, Ed. Economică, București.
7. Demetrescu M.C. (1971). *Metode cantitative în marketing*, Ed. Științifică, București.
8. Drăgan J.C., Demetrescu M.C. (1996). *Practica prospectării pieței*, Ed. Europa Nova, București.
9. Lendrevie J., Levy J., Lindon D. (2009). *Mercator. Theories et nouvelles pratiques du marketing*, 9<sup>e</sup> edition, Dunod, Paris.
10. Iacobucci, D. (2012). *Marketing Models*, Cengage Learning.
11. Hair, J. F. Jr.; Black, W. C.; Babin, B. J. & Anderson R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis. A Global Perspective*, 7<sup>th</sup> ed., Upper Saddle River et al., Pearson.
12. Hanssens, D. M., Parsons, L. J. & Schultz, R. L. (2003). *Market Response Models: Econometric and Time Series Analysis*, 2<sup>nd</sup> ed., Boston et al., Kluwer Academic Publishers.
13. Lilien, G. L. & Rangaswamy, A. (2006). *Marketing Engineering*, revised 2<sup>nd</sup> ed., Victoria, Trafford Publishing.
14. Leefang, P. S. H., Witink, D. R., Wedel, M. & Naert, P. A. (2000). *Building Models for Marketing Decisions*, Boston et al., Kluwer Academic Publishers.
15. Weiss, N. A. (2007). *Introductory Statistics*, 8<sup>th</sup> ed., Boston et al., Addison Wesley.
16. Wierenga, B. (2008). *Handbook of Marketing Decision Models*, New York et al., Springer.

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

Cursul oferă studenților cunoștințele de bază, competențele și abilitățile general acceptate și aplicate de profesioniștii în domeniul cercetărilor de piață.

Conținutul disciplinei este corelat cu cel al unor cursuri similare predate la universități de renume pe plan mondial și este actualizat în permanență în baza feedback-ului oferit de studenți și absolvenți.



**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Interpretarea corectă a rezultatelor obținute în SPSS pentru aplicațiile date	Test	30%
10.5 Seminar/ Laborator	Interactivitatea în rezolvarea studiilor de caz propuse	Teme aplicative	30%
10.6 Standard minim de performanță: minim 5 la examen			
Nota finala = EVP (60%) + Examen (40%)			

**Data completării**  
25.09.2022

**Titular de curs**  
Conf. univ. dr. Christiana SANDU

**Titular de seminar**  
Conf. univ. dr. Christiana SANDU

**Data avizării**  
30.09.2022

**Director Departament**  
Prof. univ. dr. Florin DUMITRIU

