



## 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 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Analiză și Strategie de Marketing

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Analitică de Marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Dumitru-Tudor JIJIE, Conf. Dr.						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dumitru-Tudor JIJIE, Conf. Dr.						
2.4 An de studiu	1	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	Ep	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	3	din care: curs	2	seminar/laborator	1
3.2 Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	seminar/laborator	14
3.3 Distribuția fondului de timp					Ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.4 Total ore studiu individual					108
3.5 Total ore pe semestru					150
3.6 Număr de credite					6

### 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.



**6. Competențe specifice acumulate**

<b>Competențe profesionale</b>	<b>C1.</b> Capacitate de a diagnostica folosind instrumente valide; <b>C2.</b> Capacitatea de a fundamenta și implementa decizii valide. <b>C3.</b> - <b>C4.</b> - <b>C5.</b> -
<b>Competențe transversale</b>	<b>CT1.</b> Dezvoltarea spiritului analitic; <b>CT2.</b> Dezvoltarea spiritului critic. <b>CT3.</b> -

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

<b>7.1. Obiectivul general</b>	Folosirea datelor pentru fundamentarea deciziilor de afaceri
<b>7.2. Obiectivele specifice</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- design și implementare de experiment ;</li><li>- colectare de date ;</li><li>- interpretare de date ;</li><li>- însușirea regulilor etice specifice domeniului.</li></ul>

**8. Conținut**

<b>8.1</b>	<b>Curs</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b> (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere în analiza de date și procesul de luare a deciziilor;	Curs interactiv	2 ore (Capitolul 1 din referința bibliografică)
2.	Analiza descriptivă;	Curs interactiv	2 ore (Capitolele 2 și 3 din referința bibliografică)
3.	Distribuții de probabilitate, decizii în context de incertitudine;	Curs interactiv	2 ore (Capitolele 4,5,6 din referința bibliografică)





4.	Analiza inferențială;	Curs interactiv	6 ore (Capitolele 7, 8 și 9 din referința bibliografică)
5.	Experimentul	Curs interactiv	4 ore (Suport de curs)
6.	Analiză de regresie	Curs interactiv	4 ore (Capitolele 10 și 11 din referința bibliografică)
7.	Serii de timp	Curs interactiv	2 ore (Capitolul 12 din referința bibliografică)
8.	Analiză prescriptivă	Curs interactiv	4 ore (Capitolele 13, 14, 15,16 din referința bibliografică)
9.	Etica în domeniul analiticii de marketing.	Curs interactiv	2 ore (Suport de curs)

**Bibliografie:**

Albright C., Winston W., Business Analytics – Data Analysis and Decision Making, CENGAGE, 2015;  
Camm J, Cochran J, Fry M, Ohlmann J, Business Analytics, Cengage, 2021;  
Slide-uri curs.

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere; pregătire echipe de proiect;	Dezbateri;	Materialul predat la curs
2.	Motivația proiectului; Sinteza literatură;	Prezentare și dezbateri;	Materialul predat la curs
3.	BIG DATA;	Prezentare și dezbateri;	Materialul predat la curs
4.	Consultare intermediară;	Prezentare și dezbateri;	Materialul predat la curs
5.	Propunere de cercetare;	Prezentare și dezbateri;	Materialul predat la curs
6.	Raport de cercetare – partea I (analiza);	Prezentare și dezbateri;	Materialul predat la curs
7.	Raport de cercetare – partea a-II-a (prescripția).	Predare în format pdf; Dezbateri.	Materialul predat la curs



**Bibliografie:**

Albright C., Winston W., Business Analytics – Data Analysis and Decision Making, CENGAGE, 2015;  
Camm J, Cochran J, Fry M, Ohlmann J, Business Analytics, Cengage, 2021;  
Slide-uri curs.

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

Prin raportarea întregului demers la criteriul utilității în decizia managerială.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	-		
10.5 Seminar/ Laborator	50%*Test + 50%* Proiect seminar  Proiect = 10% Motivație și sinteză literatură + 30% Propunere de cercetare partea I + 30% Raport de cercetare partea I + 30% Raport de cercetare partea a II-a	Examen și seminar	100%
10.6 Standard minim de performanță 4,50 la examen, 4,50 la media ponderată a examenului și seminarului.			

Data completării

21.09.2023

Titular de curs

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

Titular de seminar

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

Data avizării

28.09.2023

Director de departament

Prof. Univ. Dr. **Andrei Ștefan NEȘTIAN**