

**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	Școala Doctorală de Economie și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Științe economice și administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Ciclul II – Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Master Analiză și Strategie de Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Analiză cantitativă și prognoză de marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. habil. Andreia-Gabriela ANDREI						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Tudor JIJIE						
2.4 An de studiu	2	2.5 Semestru	1	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: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					70
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					34
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					5
Examinări					5
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual					144
3.8 Total ore pe semestru					200
3.9 Număr de credite					6

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	-
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	- acces la Internet, camere web, software analiza date (SPSS)
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	- acces la Internet, camere web, software analiza date (SPSS)



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Cunoașterea conceptelor, a metodologiei de cercetare cantitativă și a diferitelor tipuri C2. Utilizarea adecvata a cercetării cantitative, C3. Utilizarea adecvata a diferitelor tipuri de analiză cantitativă și prognoza de marketing.
Competențe transversale	CT1. Inițiere de proiecte de cercetare cantitativa CT2. Dezvoltarea de proiecte de cercetare cantitativa CT3. Asumarea responsabilității și capacitate de derulare a unor proiecte de cercetare

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Dobândirea cunoștințelor teoretice și a abilităților de utilizare a analizei cantitative în cercetarea de marketing.
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: - cunoască terminologia specifică cercetării cantitative de marketing - cunoască tipurile de analiza cantitativă - utilizeze analiza cantitativă pentru studiul pieței și prognoza de marketing - raporteze și interpreteze rezultatele obținute din cercetarea și analiza cantitativa - realizeze un raport de cercetare cantitativa

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Aspecte metodologice privind problema, scop, obiective, întrebări, ipoteze în cercetarea cantitativa de marketing.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
2.	Operationalizare variabile de cercetare. Niveluri de măsurare a variabilelor, tipuri de scale, scalarea multi-item. Testarea fiabilității și validității.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
3.	Metode de cercetare și analiza cantitativa utilizând date primare și/sau secundare.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
4.	Utilizarea experimentului în cercetarea de marketing. Considerente practice și metodologice.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
5.	Statistica descriptivă.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
6.	Statistica inferențială introducere. T test (one sample, independent samples, paired samples)	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore



7.	Analiza de varianta ANOVA (one-way, two-way), MANOVA	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
8.	Analiza Factoriala	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
9.	Analiza Cluster	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
10.	Analiza de regresie și analiza discriminantă ca metode de predicție. Regresia liniara, ordinala, logistica.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	4 ore
11.	Regresia simpla si regresia multipla. Modelare si testare model.	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	4 ore
12.	Prezentare Proiecte. Feedback	Prezentare Powerpoint. Dezbateri,	2 ore

Bibliografie

- Bruner II G.C (2009), Marketing Scales Handbook, GCBII Productions
- Byrne B. M. (2010), Structural Equation Modeling with AMOS. Basic Concepts, Applications, and Programming, Taylor & Francis Group
- Greener S. & Martelli J, (2020). Introduction to Business Research Methods, Bookboon
- Malhotra N.K. (2019). Marketing research. An applied orientation, Pearson.
- Patzer i. G. (1996). Experiment-Research Methodology in Marketing, Quorum Books.
- Saunders M., Lewis P. & Thornhill A. (2016). Research methods for Business Students. Pearson
- Schroeder, Sjoquist & Stephan (2017). Understanding Regression Analysis: An introductory Guide, 2nd edition
- **Referințe suplimentare:** Articole din reviste academice furnizate la întâlnirile de curs și seminar

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
2.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
3.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
4.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
5.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
6.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
7.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
8.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
9.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
10.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	4 ore



11	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint. Dezbateri, Exerciții	2 ore
12.	Predare si Prezentare Proiecte. Feedback.	Prezentare Powerpoint. Dezbateri	4 ore

Referințe bibliografice prezentate la curs (cursul și seminarul sunt integrate).

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

Temele de discuție, exemplele analizate și proiectele de cercetare sugerate țin cont de nevoile și așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
Curs	Evaluare pe parcurs la curs	Prezentari / aplicații realizate pe parcurs la curs.	10%
Seminar/ Laborator	Grad de cunoaștere și abilitate de aplicare practică a cunoștințelor dobândite	Proiect individual și prezentare.	50%
Examen	Grad de cunoaștere teoretică dobândit	Test de evaluare finală	40%

Standard minim de performanță:

Studentul definește, recunoaște și utilizează corect conceptele de bază ale disciplinei. Știe să aplice metode cantitative de cercetare, culegere și analiza a datelor. Știe să interpreteze și să prezinte rezultatele obținute prin cercetare cantitativă.

În vederea promovării, studentul trebuie să obțină **minim 5 la proiect**, și **nota finală** ponderată trebuie să fie **minim 5** (unde Notă finală =: $0,10 * EVP \text{ curs} + 0,50 * \text{Proiect la seminar} + 0,40 * \text{Examen}$).

Data completării
22 septembrie 2021

Titular de curs
Conf.dr.habil. Andreia ANDREI

Titular de seminar
Lect.dr. Tudor JIJIE

Data avizării
22 septembrie 2021

Director departament
Conf.dr.habil. Andrei NESTIAN