

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2016-2017

1. Date despre program

| | |
|-------------------------------|---|
| 1.1. Instituția de învățământ | Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia |
| 1.2. Facultatea | de Științe Economice |
| 1.3. Departamentul | De Administrarea Afacerilor și Marketing |
| 1.4. Domeniul de studii | Administrarea Afacerilor |
| 1.5. Ciclul de studii | Masterat |
| 1.6. Programul de studii | Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|----------------|---------------------|---------------------------------|----------|---|----------|
| 2.1. Denumirea disciplinei | Cercetarea piețelor interne și internaționale | | 2.2. Cod disciplină | AACTS23 | | | |
| 2.3. Titularul activității de curs | Conf.univ.dr. Andreea Muntean | | | | | | |
| 2.4. Titularul activității de seminar | Asist.univ.dr. Ruxandra Lazea | | | | | | |
| 2.5. Anul de studiu | II | 2.6. Semestrul | II | 2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP) | E | 2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă) | O |

3. Timpul total estimat

| | | | | | |
|--|----|---------------------|------------|------------------------|-----------|
| 3.1. Numar ore pe saptamana | 3 | din care: 3.2. curs | 2 | 3.3. seminar/laborator | 1 |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ | 42 | din care: 3.5. curs | 28 | 3.6. seminar/laborator | 14 |
| Distribuția fondului de timp | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 30 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 22 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 14 |
| Tutoriat | | | | | - |
| Examinări | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | - |
| 3.7 Total ore studiu individual | | | 66 | | |
| 3.8 Total ore din planul de învățământ | | | 42 | | |
| 3.9 Total ore pe semestru | | | 108 | | |
| 3.10 Numărul de credite | | | 5 | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--------------------|---|
| 4.1. de curriculum | <i>Marketing, Cercetări de Marketing, Marketing internațional</i> |
| 4.2. de competențe | <i>Aplicarea noțiunilor de bază din marketing și cercetări de marketing</i> |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--------------------------------|---|
| 5.1. de desfășurare a cursului | <i>Sala dotata cu videoproiector/tabla.</i> |
|--------------------------------|---|

| | |
|--|--------------------------------------|
| 5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului | Sala dotata cu videoproiector/tabla. |
|--|--------------------------------------|

6. Competențe specifice acumulate

| | |
|-------------------------|--|
| Competențe profesionale | <i>Capacitatea de a:</i> - folosi informațiile obținute cu ajutorul cercetării de marketing intern și internațional în luarea deciziilor de marketing - proiecta metodologia desfășurării unei cercetări de marketing intern și internațional - culege, analiza și interpreta informațiile obținute cu ajutorul cercetării de marketing intern și internațional |
| Competențe transversale | <i>Capacitatea de a:</i> - identifica eventualele erori care pot să apară procesul culegerii informațiilor - participa la luarea deciziilor de marketing pe piețele interne și internaționale |

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

| | |
|---------------------------------------|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <i>Obiectivul principal al cursului se referă la facilitarea înțelegerii procesului complex al organizării cercetărilor de marketing intern și internațional.</i> |
| 7.2 Obiectivele specifice | <i>Însușirea de către masteranzi a aspectelor legate de cunoașterea, măsurarea fenomenelor de marketing, precum și analiza informațiilor obținute în urma procesului de studiere a piețelor interne și internaționale. .</i> |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Metode de predare | Observații |
|--|--------------------------------------|------------|
| Capitolul 1. ROLUL ȘI IMPORTANȚA CERCETĂRII DE MARKETING INTERN ȘI INTERNAȚIONAL Capitolul 2. ARIA CERCETĂRIILOR DE MARKETING INTERN ȘI INTERNAȚIONAL Capitolul 3. ARTICULARITĂȚI ALE PROCESULUI CERCETĂRII DE MARKETING INTERN ȘI INTERNAȚIONAL Capitolul 4. METODE ȘI TEHNICI UTILIZATE ÎN CERCETĂRIILE DE MARKETING INTERN ȘI INTERNAȚIONAL Capitolul 5. ORGANIZAREA CERCETĂRIILOR DE MARKETING INTERN ȘI INTERNAȚIONAL | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> | |
| Seminar-laborator | | |
| 1. Stabilirea scopului, obiectivelor și ipotezelor cercetării pieței interne și internaționale | | |
| 2. Proiectarea cercetării pieței interne și internaționale. | | |
| 3. Realizarea cercetării pieței interne și internaționale. Folosirea platformelor online în vederea proiectării și aplicării chestionarului. | | |
| 4. Analizarea datelor obținute în urma cercetării pieței interne și internaționale. Introducere în SPSS. Analize univariate, bivariate și multivariate. | | |
| Balaure v. (coord), Marketing, Editura Uranus, București, 2003 Burns, A.c., Bush, R., Marketing research, Prentice Hall, New York, 2006 Cătoiu i. (coord), Cercetări de marketing, editura Uranus, București, 2003 Cătoiu i. (coord.), Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing – aplicații, editura Uranus, București, 1999 Muntean, A., Cercetări de marketing, Seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2015 Muntean, A., Cercetări de marketing- Teorie și aplicații, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2012 | | |

5. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi studenților posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a realiza o activitate de studiere a pieței în context intern și internațional. .

6. Evaluare

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|---|---|------------------------------|
| 10.4 Curs | <i>Conținutul cursului</i> | <i>Examen scris</i> | 70% |
| 10.5 Seminar/laborator | <i>Conținutul suportului pentru seminarii</i> | <i>Elaborare unui proiect al metodologiei de studiere a pieței interne/internaționale</i> | 30% |
| 10.6 Standard minim de performanță: | | | |
| Demonstrarea competențelor în: marketing | | | |

Data completării
24.02.2017

Semnătura titularului de curs
Conf.univ.dr. Muntean Andreea

Semnătura titularului de seminar
Lect.univ.dr. Maican Silvia

Data avizării în departament
01.03.2017

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela