

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea <i>Dunărea de Jos</i> Galați
1.2 Facultatea	Știința și Ingineria Alimentelor
1.3 Departamentul	Știința Alimentelor, Ingineria Alimentelor, Biotehnologii și Acvacultură
1.4 Domeniul de studii	Inginerie și Management în Agricultură și Dezvoltare Rurală
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Inginerie și management în alimentație publică și agroturism

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cercetare de marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.dr.ing. Petru ALEXE						
2.3 Titularul activităților de seminar	Ș.L.dr.ing. Maria GARNAI						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Op

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					7
Examinări					5
Alte activități .....					
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>		97			
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>		125			
<b>3.10 Numărul de credite</b>		5			

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Marketing, Economie, Analiza economica, Proiectare produse noi
4.2 de competențe	• Cunoștințe tehnologice și economice fundamentale

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de curs dotată cu metode moderne de predare (videoproiector, calculator)</li> <li>• Platforma educațională Microsoft Team/Metoda alternativă</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de curs dotată cu metode moderne de predare (videoproiector, calculator)</li> <li>• Platforma educațională Microsoft Team/Metoda alternativă</li> </ul>

<b>6. Competențele specifice acumulate</b>	
<b>Competențe profesionale</b>	<p>Optimizarea tehnică și managerială a producției de bunuri și servicii, în unitățile de alimentație publică și agroturism. (C4)</p> <p>Evaluarea strategiilor de inovare tehnologică și de marketing în unitățile de alimentație publică și agroturism. (C5)</p> <p>Formarea de competențe pentru activități de cercetare, management de programe de cercetare și educație/formare profesională. (C6)</p>
<b>Competențe transversale</b>	Formarea unor abilități legate de comunicarea interpersonală, orientarea rapidă pe piața resurselor umane, valorificarea competențelor dobândite. (CT2)

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>cunoașterea și dezvoltarea unui limbaj specific de marketing, respectiv de cercetare de marketing;</li> <li>înțelegerea rolului cercetării de marketing;</li> <li>însușirea tipurilor de cercetări de marketing, formelor de prelucrare a datelor și a eticii de cercetare;</li> <li>înțelegerea previziunii de marketing</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>capacitatea de a aplica un program concret de cercetare de marketing;</li> <li>stăpânirea noțiunilor de interpretare și prognoză, cu aplicație statistică;</li> </ul>

#### 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații*
Conceptul de marketing. Rolul cercetării de marketing în actul decizional al unei societăți comerciale. Tipologia cercetării de marketing	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Procesul cercetării de marketing. Măsurarea fenomenelor în cercetarea de marketing	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Obținerea datelor în cercetarea de marketing: cercetări calitative de marketing, observarea, sondajul, investigarea datelor secundare.	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Proiectarea chestionarelor. Experimentul în marketing. Simularea fenomenelor de marketing. Eșantionarea.	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Analiza datelor: analiza univariată și multivariată	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Previziuni de marketing. Criterii de comparare și selecție a metodelor de previziune.	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Comunicațiile și etica în cercetarea de marketing. Marketingul internațional	prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore

<b>Bibliografie</b>		
Alexe, P., 2022. <i>Cercetări de marketing</i> – Note de curs, formă electronică		
Gherasim, T., Maxim, E., 2000 – „ <i>Marketing</i> ” Editura Economică, București Catoiu, I., ș.a. 2002 – „ <i>Cercetări de marketing</i> ” Editura Uranus, București		
Bacali, L., ș.a., 2002 – „ <i>Manual de inginerie economică. Marketing</i> ” Editura Dacia, Cluj-Napoca		
Blyth, J., 1998 – „ <i>Comportamentul consumatorului</i> ”, Editura Teora, București		
Malcomete, P., 1987 – „ <i>Strategii de marketing</i> ”, Editura Junimea, Iași		
Nicolescu, O., 1993 – „ <i>Noutăți în managementul internațional</i> ”, Editura Tehnică, București		
8. 2 Seminar	Metode de predare	Observații
Locul cercetării de marketing în dezvoltarea produselor turistice	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Alegerea tipului de cercetare în marketing	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Întocmirea raportului de cercetare.	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Proiectarea chestionarului	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Erori asociate sondajului	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Simularea observării și sondajului	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Fundamentarea eșantionării	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Repetarea observării și sondajului pe baza fundamentării eșantionării.	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Comportamentul consumatorilor. Analiză de sinteză.	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Analiză univariată și multivariată.	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Previziuni de marketing	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Prezentarea rapoartelor cercetării de marketing	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Cibermarketing-ul și marketing-ul viitorului	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
Prezentarea unui proiect de cercetare de marketing (individual)	studiu de caz, conversația euristică	1 oră
<b>Bibliografie</b>		
-		

\*Repartizarea numărului de ore pe conținuturi este orientativă cu posibilitatea de adaptare în funcție de specificul anului/grupeii.

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

- reconsiderarea cercetării de marketing pentru produse alimentare (să vindem ceea ce se cere) la nivel nutrițional, fiziologic, medical, ecologic, sociologic și, de ce nu, politic;
- cercetarea de marketing e ea însăși o politică.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota
10.4 Curs	Nota minima 5	Verificare pe parcurs	10%
	Nota minima 5	Examinare finală (scris/oral)	30%
10.5 Seminar/laborator	Efectuarea integrala a lucrărilor de laborator și susținerea temei de casă	Examinare pe parcurs și finală	50%
		Participarea la cercuri științifice	10%

10.6 Standard minim de performanță

Definirea și interpretarea următoarelor noțiuni:

- marketing (concept clasic și concept modern);
- tipuri de cercetare de marketing;
- metode de obținere a datelor în cercetarea de marketing;
- proiectarea cercetării de marketing;
- previziunile de marketing: criterii și selecție a datelor.

Data completării  
20.09.2022

Semnătura titularului de curs  
Prof.dr.ing. *Petru ALEXE*

Semnătura titularului de seminar  
Ș.L.dr.ing. *Maria GARNAI*

Data avizării în departament  
22.09.2022

Semnătura directorului de departament  
Prof.dr.ing. *Camelia VIZIREANU*

Data aprobării în Consiliul Facultății  
HCF 24/7.10.2022

Semnătura decanului  
Prof.dr.ing. *Gabriela BHRIM*