

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**ANUL UNIVERSITAR 2020-2021**

**1. Date despre program**

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1.1. Instituția de învățământ | <b>Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia</b> |
| 1.2. Facultatea               | <b>de Științe Economice</b>                            |
| 1.3. Departamentul            | <b>DAAMK</b>   |
| 1.4. Domeniul de studii       | <b>ADMINISTRAREA AFACERILOR</b>                        |
| 1.5. Ciclul de studii         | <b>Masterat</b>  |
| 1.6. Programul de studii      | <b>ADMINISTRAREA DEZVOLTĂRII REGIONALE DURABILE</b>    |

**2. Date despre disciplină**

|                                       |  |                |           |                                 |            |   |          |
|---------------------------------------|--|----------------|-----------|---------------------------------|------------|---|----------|
| 2.1. Denumirea disciplinei            | <i>Cercetarea piețelor interne și internaționale</i> |                |           | 2.2. Cod disciplină             | ADRD 221.1 |   |          |
| 2.3. Titularul activității de curs    | Conf.univ.dr. Muntean Andreea                        |                |           |                                 |            |   |          |
| 2.4. Titularul activității de seminar | Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra                         |                |           |                                 |            |   |          |
| 2.5. Anul de studiu                   | <b>II</b>  | 2.6. Semestrul | <b>II</b> | 2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP) | <b>E</b>   | 2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă) | <b>O</b> |

**3. Timpul total estimat**

|  |           |                     |           |                        |           |
|--|-----------|---------------------|-----------|------------------------|-----------|
| 3.1. Număr ore pe săptămâna  | <b>3</b>  | din care: 3.2. curs | <b>2</b>  | 3.3. seminar           | <b>1</b>  |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ  | <b>42</b> | din care: 3.5. curs | <b>14</b> | 3.6. seminar/laborator | <b>56</b> |
| Distribuția fondului de timp   |           |                     |           |                        | ore       |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                                    |           |                     |           |                        | <b>45</b> |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |           |                     |           |                        | <b>45</b> |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          |           |                     |           |                        | <b>40</b> |
| Tutoriat   |           |                     |           |                        | -         |
| Examinări  |           |                     |           |                        | <b>2</b>  |
| Alte activități .....  |           |                     |           |                        | -         |

|  |            |
|--|------------|
| 3.7 Total ore studiu individual        | <b>132</b> |
| 3.8 Total ore din planul de învățământ | <b>56</b>  |
| 3.9 Total ore pe semestru              | <b>196</b> |
| 3.10 Numărul de credite                | <b>7</b>   |

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

|                    |                               |
|--------------------|-------------------------------|
| 4.1. de curriculum | <i>Cercetări de marketing</i> |
| 4.2. de competențe | <i>Nu este cazul</i>          |

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

|  |   |
|--|---|
| 5.1. de desfășurare a cursului                   | <i>Sala dotată cu videoproiector/tabla.</i> |
| 5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului | <i>Sala dotată cu videoproiector/tabla.</i> |

## 6. Competențe specifice acumulate

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Competențe profesionale | <p>C1. Capacitatea de acțiune independent și creativ în abordarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme economice și de a comunica rezultate în mod demonstrativ;</p> <p>C2. Abilități de conducător și angajare clară pe calea propriei dezvoltări profesionale;</p> <p>C3. Fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri;</p> <p>C4. Fundamentarea planului de afaceri, a strategiilor, planurilor și programelor specifice, a procedurilor de îndeplinire, precum și identificarea și aplicarea măsurilor de corecție în scopul realizării în cele mai bune condiții a obiectivelor previzionate;</p> <p>C5. Înțelegerea și conștientizarea importanței elaborării de strategii de afaceri care să genereze o creștere durabilă, sănătoasă;</p> |
| Competențe transversale | <p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale;</p>   |

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

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <i>Obiectivul disciplinei constă în furnizarea către studenți a principalelor informații legate de elaborarea metodologiei de cercetare a unei piețe interne sau internaționale</i>   |
| 7.2 Obiectivele specifice             | <p><b><u>I. Cunoaștere și înțelegere</u></b><br/>Capacitatea de a cunoaște și înțelege:<br/>1) Variabilele de macromediu care descriu piața internă și internațională</p> <p><b><u>II. Deprinderi intelectuale sau academice</u></b><br/>Capacitatea de a:<br/>1) analiza situația curentă a unei companii</p> <p><b><u>III. Deprinderi profesionale/practice</u></b><br/>Capacitatea de a:<br/>1) Elabora metodologia cercetării unei piețe interne și internaționale<br/>2) Utilizarea diferitelor metode de studiere a pieței în context internațional</p> <p><b><u>IV. Deprinderi transferabile</u></b><br/>Capacitatea de a:<br/>1) participa la implementarea unei cercetări de piață</p> |

## 8. Conținuturi

| 8.1 Curs   | Metode de predare                    | Observații |
|--|--------------------------------------|------------|
| <b>Capitolul 1. Introducere în cercetarea piețelor interne și internaționale</b> | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| Coordonatele definitorii ale cercetării piețelor interne și internaționale       | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| Rolul cercetărilor de marketing internațional                                    | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| <b>Capitolul 2. Procesul cercetării piețelor interne și internaționale</b>       | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| 2.1. Stabilirea problemei decizionale  | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| 2.2. Elaborarea scopului și a ipotezelor cercetării                              | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| 2.3. Formularea ipotezelor cercetării  | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |
| 2.4. Alegerea surselor de informații   | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |            |

|  |                                      |  |
|--|--------------------------------------|--|
| 2.5. Stabilirea metodei de culegere a informațiilor  | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |  |
| 2.6. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor   | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |  |
| <b>Capitolul 3. Particularități în utilizarea metodelor de studiere a piețelor internaționale</b>  | <i>Prelegere, expunere, discuții</i> |  |
| <b>8.2 Bibliografie</b><br>Balaure V. (Coord), Marketing, Editura Uranus, București, 2003<br>Burns, A.C., Bush, R., Marketing Research, Prentice Hall, New York, 2006<br>Cătoiu I. (Coord), Cercetări De Marketing, Editura Uranus, București, 2003<br>Cătoiu I. (Coord.), Metode Și Tehnici Utilizate În Cercetările De Marketing – Aplicații, Editura Uranus, București, 1999<br>Stremțan F., Moisă C., Bolog A., Cercetări De Marketing, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2006<br>Muntean A, Lazea R, Cercetări de marketing-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019                        |                                      |  |
| <b>Seminar-laborator</b>   |                                      |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
|  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
| <b>9.</b>  | <i>Expunere, analiză, discuții</i>   |  |
| <b>Bibliografie</b><br><b>9.2 Bibliografie</b><br>Balaure V. (Coord), Marketing, Editura Uranus, București, 2003<br>Burns, A.C., Bush, R., Marketing Research, Prentice Hall, New York, 2006<br>Cătoiu I. (Coord), Cercetări De Marketing, Editura Uranus, București, 2003<br>Cătoiu I. (Coord.), Metode Și Tehnici Utilizate În Cercetările De Marketing – Aplicații, Editura Uranus, București, 1999<br>Stremțan F., Moisă C., Bolog A., Cercetări De Marketing, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2006<br>Muntean A, Lazea R, Cercetări de marketing-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |                                      |  |

**1. 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 putea realiza un plan de marketing și o strategie de marketing*

Notă: Recuperarea seminarilor se va realiza prin redactarea de referate suplimentare de către studenții care nu îndeplinesc minimul de ore.

**2. Evaluare**

| Tip activitate   | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare                    | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|---------------------------|--|------------------------------|
| 10.4 Curs  | <i>Evaluare finală</i>    | <i>Examen scris</i>                        | 50%                          |
|  | -                         | -  | -                            |
| 10.5 Seminar   |                           | <i>Prezentarea proiectului de semestru</i> | 50%                          |
|  | -                         | -  | -                            |
| 10.6 Standard minim de performanță: nota 5 (cinci)   |                           |  |                              |
| <i>C 1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională.</i> |                           |  |                              |

Data completării

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

Semnătura titularului de seminar  
Lect..univ.dr. Lazea Ruxandra

Data avizării în departament

Semnătura director de departament

Lect.univ.dr. Maican Silvia Ștefania