

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii	Marketing și Promovarea Vanzărilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Metodologia cercetării științifice economice			2.2. Cod disciplină	MPV 225		
2.3. Titularul activității de curs	Burja Vasile						
2.4. Titularul activității de seminar	-						
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	2	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					38
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					38
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					-
Examinări					6
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual	122				
3.8 Total ore din planul de învățământ	28				
3.9 Total ore pe semestru	150				
3.10 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală dotată cu tablă/videoproiector
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sală dotată cu tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><i>C2 Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații cantitative și calitative referitoare la o problemă definită;</i></p> <p><i>C5 Utilizarea tehnologiei informatice moderne pentru tehnoredactarea de lucrări științifice în domeniul marketingului, procesarea de informații și accesarea de baze de date specifice activității din diferitele structuri organizaționale;</i></p>
Competențe transversale	<p><i>CT1 Dezvoltarea mecanismelor logice și de analiză cognitivă necesare managementului marketingului;</i></p> <p><i>CT2 Integrarea contextuală a aspectelor marketingului în cadrul dinamicii actuale a economiei;</i></p> <p><i>CT3 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</i></p> <p><i>CT4 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată, inclusiv în cadrul rețelelor de cercetare științifică economică și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;</i></p> <p><i>CT5 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare;</i></p> <p><i>CT6 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice marketingului;</i></p> <p><i>CT7 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice promovării vânzărilor;</i></p> <p><i>CT8 Capacitatea de a valorifica eficient resursele și tehnicile de învățare pentru propria dezvoltare;</i></p> <p><i>CT9 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice domeniului organizării de evenimente;</i></p> <p><i>CT10 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</i></p> <p><i>CT11 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de vânzări;</i></p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Formarea deprinderilor de cercetare științifică în domeniul marketingului.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - formarea deprinderilor viitorilor specialiști de investigare științifică a fenomenelor economice. - identificare problemelor economice reale, pe care să le rezolve masteranzii apelând la metode și instrumente de investigare științifică specifice domeniului de studiu.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Rolul și locul metodologiei cercetării științifice și legăturile cu teoria și practica economică	<i>Prelegere, discutii</i>	
2. Particularitățile fenomenului economic. Reguli și exigențe ale metodologiei de cercetare științifică. Erori ale economistului	<i>Prelegere, discutii</i>	
3. Etapele cercetării științifice și principalele instrumente utilizate	<i>Prelegere, discutii</i>	
4. Documentarea și învățarea științifică	<i>Prelegere, discutii</i>	
5. Înțelegerea și explicarea fenomenului economic	<i>Prelegere, discutii</i>	
6. Mijloace logice și matematice de formulare a ipotezelor științifice.	<i>Prelegere, discutii</i>	
7. Modelul economic-valențe de cunoaștere și limite	<i>Prelegere, discutii</i>	
8. Verificarea ipotezelor și validarea concluziilor științifice.	<i>Prelegere, discutii</i>	
9. Elaborarea, redactarea și susținerea publică a unei lucrări științifice.	<i>Prelegere, discutii</i>	
10. Etica cercetării științifice în economie	<i>Prelegere, discutii</i>	
8.2 Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1) Andronescu C. Șerban – <i>Tehnica scrierii academice</i>, Editura Fundației România de mâine, București, 1997. 2) Burja V, Burja C, Florea V.- <i>Didactica disciplinelor economice</i>, Editura Irecson, București, 2006 3) Burja Vasile, Cenar Iuliana- <i>Metodologia cercetării științifice economice</i>, Curs format electronic CD 4) Chelcea Septimiu. <i>Metodologia elaborării unei lucrări științifice</i>, www.scribd.com/doc/10876102, accesat în 20/02/2009 5) Constantinescu, N.N., <i>Probleme ale metodologiei de cercetare în știința economică</i>, Editura Economică, București, 1998. 6) Dinu Vasile, Săvoiu Gh., Dabija Dan Cristian, <i>A concepe, a redacta și a publica un articol științific</i>, Editura ASE, București, 2016 7) Gavrilescu Maria, <i>Strategia elaborării lucrărilor științifice publicabile în reviste științifice internaționale (incluse în baze de date și WEB of Science)</i>, http://ctmtc.utcluj.ro:8080/sites/fordoc/Documente%20proiect/2011/01%20Seminar%20Iasi/04_Materiale%20seminar%20pregatire/01_Gavrilescu/01_Strategia_Elaborarii_Lucrarilor_M_Gavrilescu_TUIASI.pdf 8) Mutascu Mihai, <i>Articolul științific în economie: de la scriere la publicare</i>, Leipzig, Germany, 2016 9) Popescu Constantin, <i>Metodologia cercetării științifice economice</i>, Editura ASE, București, 2006. 10) Răboacă, Gheorghe, Dumitru Ciucur, <i>Metodologia cercetării științifice economice, ediția a III-a</i>, Editura Fundației România de Mâine, București, 2007. 11) Rădulescu St. Mihaela, <i>Metodologia cercetării științifice</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2007. 12) Ristea Ana Lucia, Valeriu Ioan-Franc, <i>Metodică în cercetarea științifică</i>, Editura Expert, 2009 		

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate necesităților actuale ale angajatorilor, contribuind la dobândirea de către studenții programului de studii de masterat Marketing și Promovarea Vanzarilor de cunoștințe și abilități teoretice și practice necesare viitorilor manageri.

11. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finala</i>	<i>Colocviu</i>	<i>70 %</i>
		<i>Intocmire lucrare cercetare</i>	<i>30%</i>
10.6 Standard minim de performanță: <i>Obținerea notei minime pentru promovarea examenului de : 5 (cinci)</i>			

Cunoașterea caracteristicilor de baza ale alcătuirii lucrărilor de cercetare științifică (etape, metode, documentare, elaborare).

*criteriul este facultativ, iar punctajul aferent este adițional celui maxim.

Data completării

05.09.2019

Semnătura titularului de curs

Prof. univ. dr. Vasile Burja

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

10.09.2019

Semnătura director de departament

Prof. univ. dr. Gavrilă Paven Ionela