

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2023-2024
Anul de studiu II/ Semestrul II

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	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Administrarea dezvoltării regionale durabile 241214 Consilier afaceri europene, 242229 Consilier dezvoltare locală și regională, 242232 Expert dezvoltare durabilă

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Cercetări calitative	2.2. Cod disciplină	ADRD 221.2
2.3. Titularul activității de curs	Prof.univ.dr. Muntean Andreea		
2.4. Titularul activității de seminar	Conf.univ.dr. Maican Silvia		
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. Număr ore pe saptamana	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	I
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					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					1
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	133
3.8 Total ore din planul de învățământ	42
3.9 Total ore pe semestru	175
3.10 Numărul de credite	7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<i>Cercetări de marketing</i>
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală dotată cu videoproiector/tabla
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	- condiții organizare Focus Group, Interviu în profunzime

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPS9. Elaborarea strategiilor de dezvoltare generală a organizației (strategii de marketing, de promovare etc.); elaborarea de studii și analize, oportunități tehnico-economice, organizatorice și de eficiență a activităților specifice organizațiilor;</p> <p>CPS10. Dobândirea de cunoștințe pentru înființarea și gestionarea unei afaceri; dobândirea de cunoștințe pentru elaborarea planului de afaceri, a planului financiar și de întocmire a documentației pentru atragerea surselor de finanțare;</p> <p>CPS11. Cunoștințe de specialitate, abilități și deprinderi pentru adoptarea unor variate soluții în organizarea, gestionarea și finanțarea diferitelor activități;</p> <p>CPS12. Să implementeze și să gestioneze un plan de comunicare, de relații publice cu principalele grupuri de interese ale organizației;</p> <p>CPS16. Capacitatea de a-și constitui o echipă de proiect capabilă să implementeze activitățile prevăzute într-o cerere de finanțare</p> <p>CPS21. Abilități superioare de cercetare independentă în domeniul conducerii proiectelor;</p> <p>CPS22. Capacitatea de a conduce și executa activități de cercetare interdisciplinară în echipe de cercetare.</p>
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Dezvoltarea capacității de cunoaștere și înțelegere a noțiunilor teoretice cu privire la cercetările calitative precum și formarea deprinderilor pentru aplicarea acestora în practică.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<p><i>Definirea, explicarea și aplicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor cercetării calitative de marketing;</i></p> <p><i>Însușirea bazelor conceptual-metodologice și aplicativ-experimentale privitoare la diferitele metode de cercetare calitativă (observarea, Focus Groupul, Interviuul în profunzime, Tehnici proiective etc.);</i></p> <p><i>Dezvoltarea abilităților necesare pentru a diferenția cercetarea calitativă de marketing de cercetarea cantitativă de marketing;</i></p> <p><i>Furnizarea de informații și dezvoltarea de abilități necesare pentru a recunoaște și aplica diferitele metodologii specifice tehnicilor de cercetare calitativă;</i></p> <p><i>Dezvoltarea abilităților necesare identificării nevoii de informații calitative într-un anumit context și selectarea metodei de cercetare calitativă care să răspundă acestei nevoi specifice;</i></p> <p><i>Dobândirea abilităților și competențelor necesare implementării unui proiect de cercetare calitativă;</i></p> <p><i>Dezvoltarea capacității de analiză și interpretare a informațiilor calitative.</i></p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Considerații generale privind cercetările calitative de marketing		
C1. Conținutul și caracteristicile cercetării calitative	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C2. Rolul cercetărilor calitative	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C3. Contextul utilizării metodelor calitative de cercetare	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
2. Aspecte metodologice privind cercetarea calitativă		
C4. Organizarea cercetării calitative	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore

C5. Organizarea cercetării calitative	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C6. Metodele de studiere a motivațiilor	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C7. Metodele de studiere a motivațiilor	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C8. Metodele de studiere a motivațiilor	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C9. Metodele de studiere a motivațiilor	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C10. Metodele proiective	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C11. Metodele proiective	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C12. Metodele de creativitate	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C13. Metodele de creativitate	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
C14. Observarea	<i>Expunere. Dezbateri. Exemplificare</i>	2 ore
8.2 Bibliografie		
1. Muntean A., <i>Cercetări calitative</i> , note de curs, 2023		
2. Cătoi Iacob (coordonator), <i>Cercetări de marketing</i> , Editura Uranus, București, 2009		
3. Cătoi Iacob, Teodorescu Nicolae, <i>Comportamentul consumatorului</i> , Editura Uranus, București, 2008		
4. Gherghina Liliana, <i>Cercetări de marketing sinteze și studiu de caz</i> , Ed. Universității Eftimie Murgu, Reșița, 2014		
5. Muntean A., <i>Cercetări de marketing – teorie și aplicații</i> , Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca, 2010		
*** INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING		
Seminar		
S 1. Considerații generale privind cercetările calitative de marketing	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore
S 2. Aspecte metodologice privind cercetarea calitativă Particularitățile proiectării și organizării unei cercetări calitative Instrumente fundamentale ale cercetării calitative Analiza și interpretarea informațiilor	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore
S3. Aspecte metodologice privind cercetarea calitativă Particularitățile proiectării și organizării unei cercetări calitative Instrumente fundamentale ale cercetării calitative Analiza și interpretarea informațiilor	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore
S4. Tehnici de cercetare calitativă Interviul în profunzime Discuția focalizată de grup Metode proiective Metode de creativitate	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore
S5. Tehnici de cercetare calitativă Interviul în profunzime Discuția focalizată de grup Metode proiective Metode de creativitate	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore
S6. Tehnici de cercetare calitativă Interviul în profunzime	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore

Discuția focalizată de grup Metode proiective Metode de creativitate		
S7. Observarea Particularitățile observării, avantaje și limite Tipuri de observare Analiza comparativă a observării și sondajului	<i>Dezbateri. Studii de caz</i>	2 ore
Bibliografie 1. Muntean A., <i>Cercetări calitative</i> , note de curs, 2023 2. Cătoi Iacob (coordonator), <i>Cercetări de marketing</i> , Editura Uranus, București, 2009 3. Cătoi Iacob, Teodorescu Nicolae, <i>Comportamentul consumatorului</i> , Editura Uranus, București, 2008 4. Gherghina Liliana, <i>Cercetări de marketing sinteze și studii de caz</i> , Ed. Universității Eftimie Murgu, Reșița, 2014 5. Muntean A., <i>Cercetări de marketing – teorie și aplicații</i> , Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca, 2010 *** INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING		

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

Disciplina, prin obiectivele sale, aduce în atenția masteranzilor primar al cercetării calitative, acela de a cunoaște consumatorii cât mai îndeaproape, de a le explora motivațiile și sentimentele, pentru a-i ajuta pe aceștia să își înțeleagă targetul și să răspundă cât mai bine nevoilor acestuia.

Cercetarea calitativă de marketing este utilizată nu atât pentru obținerea de date semnificative din punct de vedere statistic, cât pentru investigarea în profunzime a consumatorilor: valori și stiluri de viață, percepții față de anumite subiecte sau produse, atitudini față de anumite subiecte de interes. Cercetarea calitativă poate fi asociată cu cercetarea cantitativă (anterior acesteia pentru dezvoltarea ipotezelor de testat sau la finalul acesteia pentru testarea amănunțită a rezultatelor sau a strategiilor clientului) sau de sine stătătoare pentru înțelegerea percepțiilor, sentimentelor, opiniilor, atitudinilor consumatorilor față de un anumit aspect de interes pentru client. Rezultatele cercetării calitative sunt informații de conținut, complementare cu cele numerice/statistice oferite de cercetarea cantitativă.

Notă privind modalitățile de recuperare a orelor de seminar: Orelor de seminar vor putea fi recuperate prin efectuarea unui referat/ proiect elaborat în mod individual de către student.

10. 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 oral – colocviu</i>	60%
10.5 Seminar/laborator	<i>Verificare pe parcurs</i>	<i>1. Gradul de implicare în activitățile de seminar</i>	20%
		<i>2. Elaborarea proiectului de semestru</i>	20%
10.6 Standard minim de performanță:			
<i>Obținerea notei minime pentru promovarea examenului de: 5 (cinci)</i>			

Data completării
20.09.2023

Semnătura titularului de curs
Prof.univ.dr. MUNTEAN Andreea

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

Data avizării în departament
departament20.09.2023

Semnătura director de
Conf.univ.dr. Maican Silvia