



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Cercetări de marketing**  
Anul universitar 2026-2027

**1. Date despre program**

|                                        |                                                         |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1.1. Instituția de învățământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai                              |
| 1.2. Facultatea                        | Business                                                |
| 1.3. Departamentul                     | Servicii de Ospitalitate                                |
| 1.4. Domeniul de studii                | Administrarea Afacerilor                                |
| 1.5. Ciclul de studii                  | Licență                                                 |
| 1.6. Programul de studii / Calificarea | Administrarea Afacerilor/Licențiat în Științe Economice |
| 1.7. Forma de învățământ               | Învățământ cu frecvență (IF)                            |

**2. Date despre disciplină**

|                                         |                                 |                        |                              |
|-----------------------------------------|---------------------------------|------------------------|------------------------------|
| 2.1. Denumirea disciplinei              | Cercetări de marketing          | Codul disciplinei      | ILR0016                      |
| 2.2. Titularul activităților de curs    | Conf. dr. Marius BOTA           |                        |                              |
| 2.3. Titularul activităților de seminar | Asist. dr. Anghel-Tudorel COZMA |                        |                              |
| 2.4. Anul de studiu                     | 2                               | 2.5. Semestrul         | 2                            |
|                                         |                                 | 2.6. Tipul de evaluare | Examen                       |
| 2.7. Regimul disciplinei                | Obligatoriu                     | 2.8. Tipul disciplinei | Disciplină fundamentală (DF) |

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

|                                                                                                        |    |                     |    |                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------|----|----------------------------------|------------|
| 3.1. Număr de ore pe săptămână                                                                         | 4  | din care: 3.2. curs | 2  | 3.3. seminar/ laborator/ proiect | 2          |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ                                                                | 56 | din care: 3.5. curs | 28 | 3.6 seminar/laborator            | 28         |
| <b>Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b> |    |                     |    |                                  | <b>ore</b> |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)                                       |    |                     |    |                                  | 30         |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren         |    |                     |    |                                  | 20         |
| Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri                        |    |                     |    |                                  | 30         |
| Tutoriat (consiliere profesională)                                                                     |    |                     |    |                                  | 2          |
| Examinări                                                                                              |    |                     |    |                                  | 2          |
| Alte activități                                                                                        |    |                     |    |                                  | 10         |
| <b>3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>                       |    |                     |    |                                  | <b>94</b>  |
| <b>3.8. Total ore pe semestru</b>                                                                      |    |                     |    |                                  | <b>150</b> |
| <b>3.9. Numărul de credite</b>                                                                         |    |                     |    |                                  | <b>6</b>   |

**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 de curs dotată cu calculator și video-proiector    |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului | sală de seminar dotată cu calculator și video-proiector |

## 6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

| Competențe profesionale |                                                                                                                                                            |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Codul competenței       | Competență                                                                                                                                                 |
| CP1                     | Culegere, prelucrare și analiza de informații privind interacțiunea mediu extern întreprindere/organizație                                                 |
| CP5                     | Utilizarea bazelor de date specifice administrării afacerilor                                                                                              |
| Competențe transversale |                                                                                                                                                            |
| Codul competenței       | Competență                                                                                                                                                 |
| CT2                     | Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei |

## 6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

| Rezultatele învățării vizate prin disciplină |                                                                                                                        |                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Codul competenței                            | Cunoștințe și înțelegere<br>(Knowledge and understanding)                                                              | Abilități academice specifice<br>(Specific academic skills)                                                                                          |
| CP1<br>CP5<br>CT2                            | 1. Studentul/absolventul deține cunoștințe cu privire la componentele micromediului și ale macromediului de marketing. | 1. Studentul/absolventul demonstrează că are capacitatea de a identifica și de a analiza elementele micromediului și ale macromediului de marketing. |

## 7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

| Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Studentul/absolventul explică conceptele, rolul și etapele procesului de cercetare de marketing utilizat în fundamentarea deciziilor de marketing.                                               |
| 2. Studentul/absolventul descrie și diferențiază tipurile de cercetări de marketing (exploratorii, descriptive și cauzale), precum și metodele de colectare a datelor utilizate în cadrul acestora. |
| 3. Studentul/absolventul explică principiile eșantionării, măsurării și scalării, precum și structura instrumentelor utilizate în cercetarea de marketing.                                          |
| Abilități academice specifice (Specific academic skills)                                                                                                                                            |
| 1. Studentul/absolventul aplică metode și tehnici de cercetare pentru definirea problemei de marketing, elaborarea planului de cercetare și proiectarea instrumentelor de colectare a datelor.      |
| 2. Studentul/absolventul analizează și interpretează date obținute din cercetări de marketing utilizând metode adecvate de investigare și evaluare a informațiilor.                                 |
| 3. Studentul/absolventul elaborează și prezintă rapoarte de cercetare de marketing care susțin formularea și fundamentarea deciziilor manageriale.                                                  |

## 8. Conținuturi

| 8.1 Curs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Metode de predare - învățare               | Observații |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------|
| Introducere în subiect                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Introducere în cercetarea de marketing – definire și rol<br>Sistemul informațional de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing – etape<br>Definirea problemei și dezvoltarea unei abordări a acesteia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>Definirea problemei și dezvoltarea unei abordări a acesteia (obiective, ipoteze, întrebări, modele, caracteristici relevante)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>elaborarea planului de cercetare -<br>tipologia cercetărilor de marketing (exploratorie, descriptivă și cauzală)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>cercetarea exploratorie – analiza de date secundare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>cercetarea exploratorie – cercetare calitativă                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>cercetarea descriptivă – sondaj de opinie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>cercetarea descriptivă – observarea                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>cercetarea cauzală                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>chestionarul, panelul                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>definirea informațiilor necesare, proceduri de măsurare și scalare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Procesul cercetărilor de marketing -<br>eșantionarea și stabilirea mărimii eșantionului, redactarea și prezentarea raportului de cercetare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prezentare orală, multimedia exemplificare | Un curs    |
| Recapitulare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Exemplificare                              | Un curs    |
| <b>Bibliografie</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                            |            |
| Bibliografie:<br>1. Cosma S., Cercetări de marketing. Aplicații. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2008.<br>2. Kotler, Ph., Armstrong, G., Principles of marketing, 18th edition, Pearson Education Limited, 2020.<br>3. Kotler, Ph., Keller, K.L., Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education Limited, 2016.<br>4. Malhotra, N. K., Marketing Research: An Applied Orientation, 7th edition, Global Edition, Pearson, 2019.<br>5. Nunan, D., Birks, D. F. and Malhotra N. K., Marketing Research Applied Insight, 6th Edition, Pearson Education Limited, 2020. |                                            |            |
| 8.2 Seminar / laborator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Metode de predare - învățare               | Observații |
| Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs și seminar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Discuții de grup/ Exemplificare            | Un seminar |
| Exemplificarea rolului cercetărilor de marketing – Sinclair C5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Studiu de caz                              | Un seminar |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                 |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------|
| Definirea problemei cercetării de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Discuții de grup/ Exemplificare | Un seminar |
| Dezvoltarea unei abordări a problemei cercetării de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Studiu de caz                   | Un seminar |
| Rolul cercetărilor de marketing în dezvoltarea noilor produse – Studiu de caz Kelloggs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Studiu de caz                   | Un seminar |
| Analiza de date secundare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Studiu de caz                   | Un seminar |
| Prezentarea proiectului semestrial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Discuții de grup                | Un seminar |
| Cercetarea calitativă – focus-group                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Studiu de caz                   | Un seminar |
| Cercetarea calitativă – tehnici proiective                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Discuții de grup/ Exemplificare | Un seminar |
| Observarea - Neuromarketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Studiu de caz                   | Un seminar |
| Proceduri de măsurare și scalare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Aplicații                       | Un seminar |
| Sondajul de opinie - Conceperea unui chestionar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Discuții de grup/ Exemplificare | Un seminar |
| Sondajul de opinie – Implementarea chestionarului                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Discuții de grup/ Exemplificare | Un seminar |
| Feedback activitate seminar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Discuții de grup                | Un seminar |
| <b>Bibliografie</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 |            |
| Bibliografie:<br>1. Cosma S., Cercetări de marketing. Aplicații. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2008.<br>2. Kotler, Ph., Armstrong, G., Principles of marketing, 18th edition, Pearson Education Limited, 2020.<br>3. Kotler, Ph., Keller, K.L., Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education Limited, 2016.<br>4. Malhotra, N. K., Marketing Research: An Applied Orientation, 7th edition, Global Edition, Pearson, 2019.<br>5. Nunan, D., Birks, D. F. and Malhotra N. K., Marketing Research Applied Insight, 6th Edition, Pearson Education Limited, 2020. |                                 |            |

## 9. Evaluare

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare.
- Pentru a putea cumula punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea notei minime 5 (cinci) în cadrul examenului final (scris/oral).

| Tip activitate                                                                                                                                                                                                 | 9.1 Criterii de evaluare                                                                                                                                               | 9.2 Metode de evaluare                                                          | 9.3 Pondere din nota finală |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 9.4 Curs                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• explicarea logică, corectă și coerentă a noțiunilor însușite</li></ul>                                                         | Examen final<br>(se susține în sesiune)                                         | 60%                         |
| 9.5 Seminar/laborator                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• capacitatea de a desfășura o cercetare de marketing</li><li>• capacitatea de a analiza și interpreta datele obținute</li></ul> | Proiect în echipă<br>(se realizează și evaluează pe parcursul semestrului)      | 20%                         |
|                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                        | Activitate individuală<br>(se realizează și evaluează pe parcursul semestrului) | 20%                         |
| 9.6 Standard minim de promovare                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                        |                                                                                 |                             |
| Pentru obținerea notei 5 este necesară: <ul style="list-style-type: none"><li>• cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora pe exemple;</li><li>• interpretarea rezultatelor obținute.</li></ul> |                                                                                                                                                                        |                                                                                 |                             |

## 10. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)<sup>1</sup>

|  |  |                                              |   |  |  |  |  |                              |
|--|--|----------------------------------------------|---|--|--|--|--|------------------------------|
|  |  | Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă |   |  |  |  |  |                              |
|  |  |                                              |   |  |  |  |  |                              |
|  |  |                                              | X |  |  |  |  |                              |
|  |  |                                              |   |  |  |  |  | Nu se aplică nici o etichetă |
|  |  |                                              |   |  |  |  |  |                              |

| Data completării:             | Semnătura titularului de curs         | Semnătura titularului de seminar |
|-------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| 22.05.2026                    | Conf. dr. Marius BOTA                 | Asist. dr. Anghel-Tudorel COZMA  |
| Data avizării în departament: | Semnătura directorului de departament |                                  |
| 27.05.2026                    | Conf. dr. Marius BOTA                 |                                  |

<sup>1</sup> Selectați o singură etichetă, cea care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivește cel mai bine disciplinei. Dacă disciplina tratează tema dezvoltării durabile la modul general (de ex. prin prezentarea/introducerea cadrului general al dezvoltării durabile etc.) atunci se poate alocă eticheta generală de Dezvoltare Durabilă. Dacă niciuna dintre etichete nu descrie disciplina, selectați ultima opțiune: „Nu se aplică nici o etichetă”.