



FIȘA DISCIPLINEI
Metode de cercetare a pieței
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. Ciclu de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Antreprenariat și inovare/Master
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență (IF)

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Metode de cercetare a pieței			Codul disciplinei	IMR0089
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Marius BOTA				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Marius BOTA				
2.4. Anul de studiu	1	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	Colocviu
2.7. Regimul disciplinei	Obligativu	2.8. Tipul disciplinei	Disciplină de specializare (DS)		

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/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					10
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				122	
3.8. Total ore pe semestru				150	
3.9. 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 de curs dotată cu videoproiector, computer
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Sală de curs dotată cu videoproiector, computer

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP19	Analizează contextul unei organizații
CP27	Ia decizii bazate pe date
CP32	Interpretează informațiile comerciale
CP37	Realizează analize de date
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT7	Muncește în echipă
CT8	Gândește critic

6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

Rezultatele învățării vizate prin disciplină		
Codul competenței	Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)	Abilități academice specifice (Specific academic skills)
CP19 CP27 CP32 CP37 CT7 CT8	1. Studentul/absolventul explică conceptele, strategiile și instrumentele de marketing, vânzări și cercetare de piață. Interpretează comportamentul consumatorului și dinamica pieței.	1. Studentul/absolventul aplică și analizează metode de cercetare de piață și strategii de marketing pentru poziționarea produselor și serviciilor. Elaborează strategii de produs și vânzări bazate pe date și nevoile clienților.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul/absolventul explică conceptele, etapele și tipurile cercetării de piață, precum și rolul acestora în fundamentarea deciziilor de afaceri.
2. Studentul/absolventul descrie metodele și tehnicile de colectare și analiză a datelor utilizate în cercetarea de piață, inclusiv instrumentele inovative de cercetare..
3. Studentul/absolventul explică principiile elaborării, implementării și raportării unei cercetări de piață.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/absolventul aplică metode și tehnici specifice pentru proiectarea și implementarea unei cercetări de piață în vederea fundamentării deciziilor organizaționale.
2. Studentul/absolventul analizează și interpretează date de piață utilizând metode adecvate de cercetare și formulează concluzii relevante pentru mediul de afaceri.
3. Studentul/absolventul elaborează și prezintă un raport de cercetare de piață, argumentând rezultatele și recomandările formulate.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	Observații
Introducere în cercetarea de piață – Evaluarea nevoilor de informații	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
Procesul cercetărilor de marketing/piață - elaborarea planului de cercetare - tipologia cercetărilor de marketing/piață	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
Metode și tehnici de cercetare a pieței	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 prelegeri
Instrumente inovative de cercetare a pieței	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 prelegeri
Redactarea și prezentarea raportului de cercetare	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
Bibliografie		
Bibliografie: 1. Cosma S., Cercetări de marketing. Aplicații. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2008. 2. Daniel Nunan, David F. Birks and Naresh K Malhotra, Marketing Research Applied Insight, 6th Edition, Pearson Education Limited, 2020 ISBN: 9781292308722 3. Naresh K Malhotra, Marketing Research: An Applied Orientation, 7th edition, Global Edition, Pearson, 2019, ISBN: 9781292265636 4. Demetrescu, M.C., Metode de analiză în marketing, Editura Teora, București, 2000. 5. Kotler, Ph., Managementul marketingului, ediția a 3-a, Editura Teora, București, 2002.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare - învățare	Observații
Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile disciplinei	Discuții de grup	1 întâlnire / o oră
Evaluarea nevoilor de informații în fundamentarea unei decizii • date primare / date secundare ariile de utilizare	Activități de coaching Aplicații practice Exerciții Studii de caz	1 întâlnire / o oră
Metode și tehnici de cercetare a pieței • Analiza de date secundare • Interviu în profunzime • Focus group • Observarea • Sondajul de opinie	Activități de coaching Aplicații practice Exerciții Studii de caz	2 întâlniri / o oră
Instrumente inovative de cercetare a pieței • Elaborarea și implementarea unui chestionar	Activități de coaching Aplicații practice Exerciții Studii de caz	2 întâlniri / o oră
Redactarea și prezentarea rezultatelor cercetării	Discuții de grup Oferirea de feedback	1 întâlnire / o oră
Bibliografie		
Bibliografie: 1. Cosma S., Cercetări de marketing. Aplicații. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2008. 2. Daniel Nunan, David F. Birks and Naresh K Malhotra, Marketing Research Applied Insight, 6th Edition, Pearson Education Limited, 2020 ISBN: 9781292308722 3. Naresh K Malhotra, Marketing Research: An Applied Orientation, 7th edition, Global Edition, Pearson, 2019, ISBN: 9781292265636		

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	• explicarea logică, corectă și coerentă a noțiunilor de conceptelor specifice cercetării de piață însușite	Proiect de semestru (Examen oral)	60%
9.5 Seminar/laborator	• aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare în rezolvarea aplicațiilor și studiilor de caz; • elaborarea și implementarea instrumentelor de colectare a datelor (de exemplu, chestionar, ghid de interviu); • calitatea analizei datelor, a prezentării rezultatelor și implicarea în activitățile practice.	Activitate pe parcurs	40%
9.6 Standard minim de promovare			
Pentru obținerea notei 5 studentul trebuie să demonstreze capacitatea de: • explicare a conceptelor și etapelor fundamentale ale cercetării de piață; • aplicare a metodelor și tehnicilor de bază în proiectarea și realizarea unei cercetări de piață; • interpretare a rezultatelor obținute și formulare a unor concluzii fundamentate pe baza datelor colectate.			

10. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

								
Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă								
1 FĂRĂ SĂRĂCIE	2 FOAMETE „ZERO”	3 SĂNĂTATE ȘI BUNĂSTARE	4 EDUCATIE DE CALITATE	5 EGALITATE DE GEN	6 APĂ CURATĂ ȘI SĂNĂTATE	7 ENERGIE CURATĂ ȘI LA PREȚURI ACESIBILE	8 MUNCĂ DECENTĂ ȘI CREȘTERE ECONOMICĂ	9 INDUSTRIE, INOVAȚIE ȘI INFRASTRUCTURĂ
								
			X					
10 INEGALITĂȚI REDUSE	11 ORAȘE ȘI COMUNITĂȚI DURABILE	12 CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILE	13 ACȚIUNE CLIMATICĂ	14 VIAȚĂ ACVATICĂ	15 VIAȚĂ TERESTRĂ	16 PACE, JUSTIȚIE ȘI INSTITUȚII EFICIENTE	17 PARTENERIAȚE PENTRU REALIZAREA OBIECTIVELOR	Nu se aplică nici o etichetă
								
								

Data completării:

22.05.2026

Semnătura titularului de curs

Conf. dr. Marius BOTA

Semnătura titularului de seminar

Conf. dr. Marius BOTA

Data avizării în departament:

27.05.2026

Semnătura directorului de departament

Conf. dr. Marius BOTA