

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	FINANȚE - CONTABILITATE
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022 – 2023

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	SONDAJE SI ANCHETE STATISTICE								
2.2 Codul disciplinei	MKCA 0231AS1103.1								
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar									
2.5 Anul de studiu	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F- facultativă)	A	2.9 Numărul de credite ECTS	10

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	2	3.3 seminar / laborator	2
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar / laborator	28
		3.6 curs			
<b>Distribuția fondului de timp:</b>					<b>Ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					72
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					66
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					43
Tutoriat					4
Examinări					6
Alte activități: Consultații					3
3.7 Total ore studiu individual				194	
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				250	

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă;</li> <li>Masteranzii se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise;</li> <li>Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la curs.</li> </ul>
-------------------------------	--

5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector, planse și acces la internet;</li> <li>• Masteranzii se vor prezenta la seminariile cu telefoanele mobile închise;</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la seminar;</li> <li>• Masteranzii vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.</li> </ul>
--	---

## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><b>C1. Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate de teorie a marketingului și a metodelor moderne specifice acestui domeniu. (3 puncte de credit)</b></p> <p>C1.3 Aplicarea metodelor moderne de marketing pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul organizației; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C1.4 Evaluarea rezultatelor deciziilor de marketing adoptate și corelarea acestora cu informații din mediul extern pentru îmbunătățirea continuă a proceselor decizionale de marketing; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C1.5 Elaborarea de proiecte de marketing cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu. <b>(1 punct credit)</b></p> <p><b>C2. Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul fizic, cât și în mediul online. (3 puncte de credit)</b></p> <p>C2.1 Definirea și explicarea conceptelor și teoriilor economice referitoare la metodele, tehnicile și instrumentele de cercetare în mediul piețelor fizice și din mediul online; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C2.4 Alegerea celor mai valoroase modalități de achiziție și valorificare a informațiilor necesare în activitatea de marketing a organizațiilor; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C2.5 Elaborarea de proiecte și rapoarte de cercetări de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul fizic, cât și în mediul online. <b>(1 punct credit)</b></p> <p><b>C4. Relaționarea eficientă cu diferite categorii de parteneri de afaceri care să faciliteze tranzacțiile comerciale. (4 puncte de credit)</b></p> <p>C4.1 Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în comunicarea și relația cu partenerii de afaceri; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C4.2 Explicarea și algoritimizarea etapelor specifice relațiilor de afaceri; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C4.3 Rezolvarea de probleme specifice comunicării și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor; <b>(1 punct credit)</b></p> <p>C4.4 Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte / programe în comunicarea și relaționarea organizațiilor cu diferitele categorii de public; <b>(1 punct credit)</b></p>
Competențe transversal	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicarea conceptelor utilizate pentru prezentarea și interpretarea lor în situații economice reale.</li> <li>• Identificarea celor mai eficiente metode de analiză a datelor de marketing pe baza unor evaluări concrete prin tehnici de anchete și sondaje statistice.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<p>Cunoștințe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• R.1.1: Absolventul identifică și utilizează corect conceptele de marketing în general, și în special al cercetării statistice prin sondaj.</li> <li>• R.1.2: Absolventul cunoaște și înțelege conținutul, obiectivele, tipurile, formele și metodele cercetării statistice prin sondaj;</li> <li>• R.1.3: Absolventul cunoaște, înțelege și explică conținutul, tipurile și modalitățile de identificare și soluționare a problemelor ridicate de fenomenul de marketing de mare actualitate (național și internațional);</li> <li>• R.1.4: Absolventul cunoaște și deosebeste noțiunile de bază, explică și distinge principalele teorii și metode de analiză a evoluției piețelor;</li> </ul>

	Aptitudini:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.î.1: Absolventul dezvoltă abilități analitice de bază și de cercetare științifică;</li> <li>• R.î.2: Absolventul interpretează printr-o gândire logică aspectele legate de cercetarea prin sondaj ;</li> <li>• R.î.3: Absolventul interpretează și dezbate relațiile principale dintre fenomenele și procesele economice, sensul și natura acestora;</li> <li>• R.î.4: Absolventul analizează, previzionează, interpretează și explică diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici și tendințe ale mecanismului de funcționare a piețelor prin prisma marketingului</li> </ul>
	Responsabilitate și autonomie:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.î.1: Absolventul susține abilități argumentative corecte în fundamentare a deciziilor de marketing;</li> <li>• R.î.2: Absolventul stabilește strategii de dezvoltare generală a firmei (strategii de marketing, de promovare etc.);</li> <li>• R.î.3: Absolventul creează un mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
<b>1. Selecția statistică</b> - Concepte generale, Reprezentativitatea eșantionului, Estimațiile statistice	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.5 (5.1, 5.2 și 5.4)
<b>2. Culegerea datelor statistice</b> - Metode de culegere, Tipuri de sondaje	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.1 (1.5.1 și 1.5.2)
<b>3. Erorile de sondaj</b> - Tipuri de erori de înregistrare, erori în culegerea datelor prin sondaj	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.1 (1.5.4)
<b>4. Prelucrarea primară a datelor culese prin sondaj</b> - Metode de structurare a datelor statistice, Centralizarea datelor statistice, metode de prezentare a datelor statistice	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.2 (2.2, 2.3 și 2.4)
<b>5. Extinderea rezultatelor selecției asupra colectivității generale.</b>	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.5 (5.7)
<b>6. Analiza datelor provenite din sondaje</b> – Noțiuni generale, distribuția de eșantioane a mediei	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.10 (10.1 și 10.2)
<b>7. Particularități ale diferitelor tipuri de sondaje</b> – Particularități ale sondajului de volum redus, Particularități ale sondajului stratificat, Particularități ale sondajului, în cuiburi	Prelegere participativă Curs interactiv	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.10 (10.7, 10.8 și 10.9)
<b>TOTAL</b>		<b>28 ore</b>	

### Bibliografie obligatorie:

1. Anghelache, C., Anghel, M., G., 2016. *Bazele statisticii economice - Concepte teoretice și studii de caz*, Editura Economică, București
2. Voineagu, V., Țițan, E., (2004) - *Sondaje și anchete*, Editura Fundației „Andrei Șaguna”, Constanța

**Bibliografie suplimentară:**

1. Anghelache C., Biji, M., Biji, E.M., Lilea E. (2002), *Tratat de statistica*, Editura Economica, Bucuresti
2. Anghelache Constantin, Bugudui Elena, Deatcu Cătălin, (2011)- *Statistică generală și economică*, editura ARTIFEX, București (3364, 3365)

<b>8.2 Seminar / laborator</b>	<b>Metode de predare / lucru</b>	<b>Fond de timp</b>	<b>Referințe bibliografice</b>
<b>1. Selecția statistică</b> - Concepte generale, Reprezentativitatea eșantionului, Estimațiile statistice	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, studii de caz	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.5 (5.8.)
<b>2. Culegerea datelor statistice</b> - Metode de culegere, Tipuri de sondaje	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, studii de caz	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.3 (3.4)
<b>3. Erorile de sondaj</b> - Tipuri de erori de înregistrare, erori în culegerea datelor prin sondaj	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, studii de caz	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.10 (10.3)
<b>4. Inițiere proiecte cercetare de marketing</b> folosind selecția, culegerea datelor statistice	Temă proiect,	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 (3.4, 5.8)și 2 - Cap.5 (10.3)
<b>5. Prelucrarea primară a datelor culese prin sondaj</b> - Metode de structurare a datelor statistice, Centralizarea datelor statistice, metode de prezentare a datelor statistice	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, studii de caz	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.2 (2.2, 2.3 și 2.4)
<b>6. Extinderea rezultatelor selecției asupra colectivității generale și continuarea proiectului de marketing.</b>	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Studii de caz, proiect	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.5 (5.7)
<b>7. Analiza datelor provenite din sondaje</b> – Noțiuni generale, distribuția de eșantioane a mediei	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.10 (10.1 și 10.2)
<b>8. Particularități ale diferitelor tipuri de sondaje</b> – Particularități ale sondajului de volum redus, Particularități ale sondajului stratificat, Particularități ale sondajului, în cuiburi	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 2 - Cap.10 (10.7, 10.8 și 10.9)
<b>9. Evaluare proiect cercetare marketing</b>	Demonstrație, susținere	2 ore	-
<b>TOTAL</b>		<b>28 ore</b>	

**Bibliografie obligatorie:**

1. Anghelache, C., Anghel, M., G., *Bazele statisticii economice - Concepte teoretice și studii de caz* (2016), Editura Economică, București
2. Voineagu, V., Țițan, E., (2004) - *Sondaje și anchete*, Editura Fundației „Andrei Șaguna”, Constanța

**Bibliografie suplimentară:**

1. Anghelache C., Biji, M., Biji, E.M., Lilea E. (2002), *Tratat de statistica*, Editura Economica, Bucuresti
2. Anghelache Constantin, Bugudui Elena, Deatcu Cătălin, (2011)- *Statistică generală și economică*, editura ARTIFEX, București

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

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mesteșugărești – UCCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina <i>Sondaje și anchete statistice</i>;</li> <li>• capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină;</li> <li>• demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională);</li> <li>• însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic;</li> <li>• coerența logică în analiză și argumentare;</li> <li>• înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor;</li> <li>• abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale);</li> <li>• capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice;</li> <li>• formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;</li> <li>• aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică</li> </ul>	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina;</li> <li>• capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină;</li> <li>• demonstrarea capacității de analiză, sinteză și</li> </ul>	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la	30%

	<p>interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic;</li> <li>• capacitatea de a utiliza metodele de analiză macroeconomică în domeniul politicilor fiscale, bugetare, comerciale, monetare și valutare și de a interpreta adecvat indicatorii pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic, în optică prospectivă;</li> <li>• coerența logică în analiză și argumentare;</li> <li>• înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țărilor / firmelor;</li> <li>• abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale);</li> <li>• capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice;</li> <li>• formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;</li> <li>• aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.</li> </ul>	<p>seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte</p>	
--	--	--	--

#### 10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în soluționarea problemelor și opțiunilor de politică economică de mare actualitate (naționale și internaționale);
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- luarea notei 5 la examenul final.

Data completării: 20.09.2022

Întocmit,

.....

Semnătura titularului de seminar,

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

Semnătura directorului de departament,  
Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

Responsabil program de studii,  
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2022

Semnătura Decan,

Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....