

**Tematica și bibliografia probelor de concurs pentru posturile propuse a se scoate la concurs
în semestrul II anul universitar 2024-2025**

Postul nr. 93 ASISTENT.

Discipline: Cercetări de marketing, Cercetări de marketing (engleză), Tehnici avansate pentru cercetările de marketing, Tehnici avansate pentru cercetările de marketing (engleză).

Tematica

CERCETĂRI DE MARKETING (română și engleză)

A1. Cercetări de marketing

1. Măsurarea fenomenelor în cercetările de marketing.
2. Sondajul.
3. Dimensiunea eșantionului și metode de eșantionare.
4. Cercetări calitative de marketing.
5. Observarea.

A2. Cercetări de marketing (engleză)

1. Measurement in marketing research.
2. Survey research and sampling methods and determination of sample size.
3. Sampling methods and determination of sample size.
4. Qualitative research.
5. Observation.

TEHNICI AVANSATE PENTRU CERCETĂRILE DE MARKETING (română și engleză)

A1. Tehnici avansate pentru cercetările de marketing

1. Experimentul de marketing. Proiectarea complet aleatoare. Aspecte practice și metodologice. Analiza datelor rezultate în urma experimentelor de marketing unifactoriale
2. Experimentul de marketing. Utilizarea pătratelor latine și a pătratelor greco-latine în experimentele de marketing.
3. Experimentul de marketing. Proiectarea factorială. Aspecte practice și metodologice în implementarea experimentelor de marketing factoriale. Analiza datelor rezultate în urma experimentelor de marketing multifactoriale
4. Analiza seriilor de timp. Previziunea pe termen scurt și procentul de elasticitate. Utilizarea metodei celor mai mici pătrate în cercetările de marketing. Lanțurile Markov și PERT-derivat.
5. Raportarea datelor în cercetările de marketing. Aspecte practice și metodologice în realizarea rapoartelor în cercetările de marketing. Aspecte primare în analiza datelor din cercetările de marketing.

A2. Tehnici avansate pentru cercetările de marketing

1. The marketing experiment. Stochastic design. Practical and methodological aspects. Analysis of data obtained from single factor experiments.
2. The marketing experiment. Use of latin and greco-latin squares in marketing experiments.
3. The marketing experiment. Factorial design. Practical and methodological aspects in implementation of factorial experiments. Analysis of data obtained from multifactor experiments.
4. Time series analysis. Short-term forecast and the elasticity percentage. Use of the smallest squares method in marketing research. Markov chains and PERT.
5. Data reporting in marketing research. Practical and methodological aspects in writing the marketing research reports. Primary aspects in marketing research data analysis.

Bibliografia

	Cercetări de marketing și Cercetări de marketing (engleză)
1.	Burns, A.C.; Veeck, A.F., Marketing research, Pearson, Hoboken, 2020, Statele Unite ale Americii
2.	Cătoiu, I (coord.), Cercetări de marketing: Tratat, Uranus, București, 2009, România
3.	Hague, P., Market research in practice, Kogan Page, London, 2022, Marea Britanie
4.	Hair, J.F.; Ortinau, D.J.; Harrison, D.E., Essentials of marketing research, McGraw-Hill Education, New York, 2020
	Tehnici avansate pentru cercetările de marketing și Tehnici avansate pentru cercetările de marketing (engleză)
5.	Cătoiu, I (coord.), Cercetări de marketing: Tratat, Uranus, București, 2009, România
6.	Cătoiu, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I.C. și Vegheș, C. , Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing, Uranus, București, 1999
7.	Macovei, O.I și Orzan, M.C., Metode avansate de analiza a datelor de marketing, Editura Universitară, București 2016
8.	Malhotra, N.K. , Marketing Research: An Applied Approach, Pearson, Upper Saddle River, 2007
9.	McDaniel, C. și Gates, R., Marketing Research, Wiley, London, 2020