



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Școala Doctorală de Economie și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Științe economice și administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Ciclul III – Studii doctorale
1.6 Programul de studii / Calificarea	Program de pregătire universitară avansată

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing and management doctoral research – qualitative track						
2.2 Titularul activităților de curs	Colectiv coordonatori de doctorat din domeniile Marketing si Management, pentru modulele aferente						
2.3 Titularul activităților de seminar	Colectiv coordonatori de doctorat din domeniile Marketing si Management, pentru modulele aferente						
2.4 An de studiu	1	2.5 Semestru	1	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	14	din care: 3.5 curs	7	3.6 seminar/laborator	7
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					60
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					60
Tutoriat					40
Examinări					12
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual					212
3.8 Total ore pe semestru					240
3.9 Număr de credite					7

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	-
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	-
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	-



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Cunoașterea avansată a conceptelor și metodelor de cercetare calitativă pe subiecte specifice din marketing și management C2. Utilizarea de metode avansate pentru temele de cercetare doctorală C3. Selecția unor metode mixte de cercetare în științele economice – abordare interdisciplinară C4. Evaluarea critic-constructivă a proiectelor de cercetare doctorală C5. Conceperea de cercetări calitative specifice temelor de cercetare doctorală
Competențe transversale	CT1. Inițiere și dezvoltare de proiecte teoretice și empirice complexe CT2. Asumarea responsabilității și capacitate de derulare a unor proiecte de cercetare științifică CT3. Dezvoltarea de proiecte de cercetare doctorală creative, inovatoare

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Dobândirea cunoștințelor teoretice și a abilităților de utilizare a unor metode calitative de cercetare în proiectele de cercetare doctorală și alte proiecte de cercetare științifică din domeniile managementului și marketingului
7.2. Obiectivele	

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Behavioral psychology - Behavioral marketing	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
2.	Behavioral psychology - Behavioral management	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
3.	Information processing, memory, emotions, attitudes and persuasion	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
4.	Motivation, cognition and social influences	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
5.	Culture and cross-cultural influences in management and marketing research	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
6.	Interpretive research methods	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
7.	Business relationships and networks	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație	1



euristică, Dezbateri, Exerciții

Bibliografie

Russell Belk, Eileen Fischer, Robert Kozinets – Qualitative consumer & marketing research, Sage, 2013.

Staddon, John (2014) The New Behaviorism (2nd edition) Philadelphia, PA: Psychology Press.

Baldwin J.D. and Baldwin J.I. (1986). Behavior principals in everyday life (2nd Edition), Engle Wood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Chad Perry, (1998) "Processes of a case study methodology for postgraduate research in marketing", European Journal of Marketing, Vol. 32 Issue: 9/10, pp.785-802, <https://doi.org/10.1108/03090569810232237>

Christina Goulding (2005), "Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research", European Journal of Marketing, Vol. 39 Iss 3/4 pp. 294-308 <https://doi.org/10.1108/03090560510581782>

Chriss Voss (2002), "Case research in operations management", International Journal of Operations & Production Management, Vol. 22 Iss 2 pp. 195-219 <https://doi.org/10.1108/01443570210414329>

Naresh K. Malhotra (2019), Marketing research. An applied orientation, Pearson <https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/013473484X.pdf>

William L. Wilkie and Elizabeth S. Moore (2003), Scholarly Research in Marketing: Exploring the "4 Eras" of Thought Development, Journal of Public Policy & Marketing, Vol. 22 (2) 116, Fall 2003, 116–146.

Luiz Moutinho, Kun-Huang Huarng (editors) (2006, 2008), [Advances in Doctoral Research in Management](#), vol 1 si vol 2. (World Scientific).

Scipione (2015), [A Nation of Numbers: The Development of Marketing Research in America \(2015\) by Paul A. Scipione](#).

Popular Research Topics in Marketing Journals, 1995–2014 Yung-Jan Cho & Pei-Wen Fu b & Chi-Cheng Wu (2017), Journal of Interactive Marketing

Making progress in marketing research Robert East, Lawrence Ang Australasian Marketing Journal 25 (2017) 334–340.

Roger Gomm, Martyn Hammersley, Peter Foster - Case Study Method, Sage, 2009.

Bent Flyvbjerg – Five misunderstandings about case study research, *Qualitative Inquiry*, 2006.

Referințe suplimentare: Articole din jurnale academice furnizate la fiecare întâlnire

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
2.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
3.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1



4.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
5.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
6.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1
7.	Idem teme curs – parte aplicată, exemple, dezbateri	Expunere, Prezentare Powerpoint, Conversație euristică, Dezbateri, Exerciții	1

Referințe bibliografice prezentate la curs (cursul și seminarul sunt integrate).

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Temele de discuție, exemplele analizate și proiectele de cercetare sugerate țin cont de nevoile și așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Grad de cunoaștere teoretică dobândit	Proiect individual I	50%
10.5 Seminar/ Laborator	Grad/abilitate de aplicare practică a cunoștințelor	Proiect individual II	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Doctoranzii recunosc, știu să prezinte și să aplice, pentru temele de cercetare proprii, metode specifice unor cercetări calitative			

Data completării

Titular de curs

Titular de seminar

Colectiv coordonatori

Colectiv coordonatori

Data avizării în Consiliul Scolii Doctorale

Director Scoala Doctorala
PROF.DR. ZAIȚ ADRIANA