**Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca**

**Facultatea de Ştiinţe Economice şi Umaniste**

**Departamentul de Știința Economice**

**Tematică – postul de conferenţiar, nr. 4. din Statul de funcţii**

**Cercetări de marketing, Metodologia cercetării, Economie managerială**

1. Abordarea şi definiţia problemei de cercetare, procesul cercetării de marketing
2. Modelarea planului de cercetare, eșantionarea, conceperea chestionarului
3. Tipologia metodelor de cercetare după metodologie și după problema de cercetare
4. Analiza multidimensională a datelor; regresia lineară și logistică
5. Cercetări cvalitative de marketing
6. Experimentări în marketing
7. Cercetări de media și de publicitate
8. Cercetări de preț
9. Strategii și metode de optimizare a prețului
10. Modele econometrice în suportarea deciziilor

Bibliografie:

* Cătoiu I. (coord.), ***Cercetări de marketing****,* Ed. Uranus, Bucureşti, 2002, p.15- 60
* Gherasim T., Gherasim A., ***Cercetări de marketing***, Ed. Economică, Bucureşti, 2003, pp.13-18
* Malhotra Naresh K., **Marketing Research. An Applied Orientation**, Fifth Edition, *Pearson Education International,New Jersey, 2007, pp. 2-10*