

UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL ID-IFR
Programul de studii MARKETING-ID

CERCETĂRI DE MARKETING

– SUPORT DE CURS –

Ediția a II-a
(revizuită și adăugită)

Conf. univ. dr. Laura Cătălina Țimiraș



EDITURA „ALMA MATER” BACĂU
2021

CUPRINS

Introducere.....	7
MODULUL I (M1). PROCESUL CERCETĂRII DE MARKETING	11
Introducere M1.....	11
Cuvinte cheie M1.....	12
Obiective M1.....	12
Unitatea de învățare 1.1 (U1.1). Conținutul, aria, tipologia și sediul cercetărilor de marketing	12
Introducere U1.1.....	12
Cuvinte cheie U.1.1.....	13
Obiective U1.1.....	13
Conținut informațional U1.1. <i>Conținutul, aria, tipologia și sediul cercetărilor de marketing</i>	<i>13</i>
Rezumat U1.1.....	18
Test de autoevaluare U1.1.....	19
Bibliografie U1.1.....	20
Unitatea de învățare 1.2 (U1.2). Conținutul procesului cercetării de marketing.....	21
Introducere U1.2.....	21
Cuvinte cheie U.1.2.....	21
Obiective U1.2.....	21
Conținut informațional U1.2. <i>Conținutul procesului cercetării de marketing.....</i>	<i>22</i>
<i>1.2.1. Faza preliminară a cercetării de marketing.....</i>	<i>23</i>
<i>1.2.2. Faza de proiectare a cercetării de marketing.....</i>	<i>31</i>
<i>1.2.3. Faza de realizare a cercetării de marketing.....</i>	<i>38</i>
Rezumat U1.2.....	41
Test de autoevaluare U1.2.....	42
Bibliografie U1.2.....	43
MODULUL II (M2). MĂSURAREA ȘI SCALAREA FENOMENELOR ÎN CERCETĂRILE DE MARKETING	45
Introducere M2	45
Cuvinte cheie M2.....	46
Obiective M2.....	46
Unitatea de învățare 2.1 (U2.1). Noțiuni introductive privind măsurarea și scalarea. Tipuri de scale.....	46
Introducere U2.1.....	46
Cuvinte cheie U.2.1.....	46
Obiective U2.1.....	47
Conținut informațional U2.1. <i>Noțiuni introductive privind măsurarea și scalarea. Tipuri de scale.....</i>	<i>47</i>

Rezumat U2.1.....	50
Test de autoevaluare U2.1.....	50
Bibliografie U2.1.....	51
Unitatea de învățare 2.2 (U2.2.). Metode de scalare	52
Introducere U2.2.....	52
Cuvinte cheie U.2.2.....	52
Obiective U2.2.....	52
Conținut informațional U2.2. <i>Metode de scalare</i>	53
2.2.1. <i>Diferențiala semantică</i>	54
2.2.2. <i>Scala lui Likert</i>	57
2.2.3. <i>Scala lui Stapel</i>	59
2.2.4. <i>Metoda comparațiilor perechi</i>	61
2.2.5. <i>Metoda ordonării rangurilor</i>	62
2.2.6. <i>Scala cu sumă constantă</i>	63
2.2.7. <i>Modelul Fishbein – Rosenberg</i>	65
Rezumat U2.2.....	70
Test de autoevaluare U2.2.....	71
Bibliografie U2.2.....	75
MODULUL III (M3). OBȚINEREA INFORMAȚIILOR ÎN CERCETAREA DE MARKETING	77
Introducere M3	77
Cuvinte cheie M3.....	78
Obiective M3.....	78
Unitatea de învățare 3.1 (U3.1). Metode de obținere a datelor în cercetarea de marketing	79
Introducere U3.1.....	79
Cuvinte cheie U.3.1.....	79
Obiective U3.1.....	79
Conținut informațional U3.1. <i>Metode de obținere a datelor în cercetarea de marketing</i>	80
3.1.1. <i>Investigarea surselor de date secundare</i>	80
3.1.2. <i>Cercetarea directă</i>	85
3.1.2.1. <i>Cercetări de marketing realizate online</i>	90
3.1.3. <i>Experimentul</i>	93
3.1.4. <i>Simularea</i>	97
Rezumat U3.1.....	98
Test de autoevaluare U3.1.....	100
Bibliografie U3.1.....	101
Unitatea de învățare 3.2 (U3.2). Eșantionarea.....	102
Introducere U3.2.....	102
Cuvinte cheie U.3.2.....	103
Obiective U3.2.....	103
Conținut informațional U3.2. <i>Eșantionarea</i>	103

3.2.1. Estimarea parametrilor colectivității generale.....	105
3.2.2. Determinarea dimensiunii eșantionului	110
3.2.3. Validarea eșantionului	116
3.2.4. Redresarea eșantionului	118
3.2.5. Procedee de eșantionare	119
3.2.5.1. Eșantionarea aleatoare (probabilistică).....	120
3.2.5.2. Eșantionarea nealeatoare (neprobabilistică).....	127
Rezumat U3.2.....	131
Test de autoevaluare U3.2.....	132
Bibliografie U3.2.....	134
Unitatea de învățare 3.3 (U3.3). Scheme de proiectare a experimentelor.....	135
Introducere U3.3.....	135
Cuvinte cheie U.3.3.....	135
Obiective U3.3.....	135
Conținut informațional U3.3. <i>Scheme de proiectare a experimentelor</i>	136
3.3.1. Proiectarea complet aleatoare.....	140
3.3.2. Pătratul latin.....	145
Rezumat U3.3.....	150
Test de autoevaluare U3.3.....	151
Bibliografie U3.3.....	153
MODULUL IV (M4). ANALIZA INFORMAȚIILOR ÎN CERCETĂRILE DE MARKETING.....	155
Introducere M4	155
Cuvinte cheie M4.....	155
Obiective M4.....	156
Unitatea de învățare 4.1 (U4.1). Metode de analiză a informațiilor în cercetarea de marketing. Analiza variabilelor nominale	156
Introducere U4.1.....	156
Cuvinte cheie U.4.1.....	156
Obiective U4.1.....	157
Conținut informațional U4.1. <i>Metode de analiză a informațiilor în cercetarea de marketing. Analiza variabilelor nominale</i>	157
4.1.1. Aspecte generale privind analiza datelor în cercetarea de marketing.....	157
4.1.2. Analiza variabilelor nominale	159
4.1.2.1. Coeficientul Φ	160
4.1.2.2. Coeficientul Φ_c al lui Cramer.....	162
4.1.2.3. Coeficientul de contingență.....	163
4.1.2.4. Testul neparametric χ^2 pentru două variabile.....	165
Rezumat U4.1.....	168
Test de autoevaluare U4.1.....	169
Bibliografie U4.1.....	171

RĂSPUNSURI TESTE DE AUTOEVALUARE.....	173
ANEXE.....	177
PROIECT DE SEMESTRU	183
BIBLIOGRAFIE.....	185