

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT ȘI MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT (CICLUL II)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	FSTE-0979 CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Dorin-Cristian COITA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Dorin-Cristian COITA						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	Ex.	2.7 Regimul disciplinei	I

(I) Impusă; (O) Opțională; (F) Facultativă

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	27	din care: 3.5 curs	9	3.6 seminar	18
Distribuția fondului de timp ore					223 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					60 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					60 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30 ore
Tutoriat					12 ore
Examinări					4 ore
Alte activități: analiză aplicații soft, elaborare proiect					57 ore
3.7 Total ore studiu individual	223				
3.9 Total ore pe semestru	250				
3.10 Numărul de credite	10				

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	Sală de curs dotată cu: tablă, videoproiector. Studenții vor avea acces și vor folosi platforma e.uoradea.ro pentru a accesa resursele electronice, a încărca temele cerute de profesor și a da testele grilă.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar dotată cu calculatoare conectate la Internet sau cu condiții de conectare la Internet pentru studenții care și aduc cu ei propriile dispozitive IT. Studenții vor avea acces și vor folosi platforma e.uoradea.ro pentru a accesa resursele electronice, a încărca temele cerute de profesor și a da testele grilă. De asemenea, studenții vor îndeplini cerințele profesorului referitoare la prezență, prezentare, comunicare, distribuirea și rezolvarea sarcinilor de lucru, încărcarea lucrărilor pe platforma e.uoradea.ro, accesul și valorificarea resurselor de învățare, prezența pe forumurile de comunicare a grupei.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.3 Aplicarea conceptelor și teoriilor cercetărilor de marketing pentru formularea de explicații și ipoteze privind mediul de marketing C1.4 Analiza comparativă a conceptelor și teoriilor domeniului, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii C1.5 Elaborarea de sinteze economice, de studii de conjunctură și de marketing cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu C2.3 Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentele specifice ale agenților economici în mediile de marketing diferite, inclusiv în mediul online. C2.4 Alegerea celor mai valoroase modalități de achiziție și valorificare a informațiilor necesare în activitatea de marketing a organizațiilor C2.5. Elaborarea de proiecte și rapoarte de cercetări de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul real cât și în mediul online.
Competențe transversale	CT1 Coordonarea de echipe profesionale, asumarea, atribuirea și urmărirea îndeplinirii responsabilităților specifice în domeniul economic CT2 Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, diagnoza și autocontrolul învățării CT3 Fundamentarea și asumarea de strategii economice, în condiții de responsabilitate și autonomie
Aptitudini/ Competențe ESCO	Competență în utilizarea instrumentelor digitale/TIC pentru marketing și cercetare științifică Înțelegerea eticii digitale, a confidențialității și a protecției datelor Abilități de redactare a comunicatelor de presă, de interacțiune cu mass-media, de organizare a evenimentelor

6. 2. Rezultate așteptate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul • Cunoaște principiile fundamentale ale cercetării științifice și metodologiile utilizate în științele sociale și în marketing. • Înțelege conceptele de design de cercetare calitativ și cantitativ și criteriile de validitate și fiabilitate. • Demonstrează cunoștințe privind etica și integritatea în cercetarea științifică, inclusiv protecția datelor și confidențialitatea. • Cunoaște instrumentele digitale și software-urile specifice cercetării (Zotero, MAXQDA, R, SPSS). • Înțelege rolul cercetării științifice în fundamentarea deciziilor organizaționale și în susținerea inovației.
Aptitudini	Studentul/Absolventul • Elaborează proiecte de cercetare, formulează ipoteze și definește obiective științifice. • Utilizează metode de documentare (literature review) și realizează o analiză critică a surselor bibliografice. • Aplică tehnici de colectare și analiză a datelor calitative și cantitative, asistate de software statistic și de analiză. • Integrează metode mixte în cercetare și redactează rapoarte academice și profesionale. • Comunică rezultatele cercetării într-un mod structurat, clar și argumentat, inclusiv prin prezentări academice și articole științifice.
Responsabilități și autonomie	Studentul/Absolventul • Își asumă responsabilitatea pentru calitatea și corectitudinea proiectelor de cercetare realizate. • Demonstrează autonomie în planificarea, implementarea și evaluarea activităților de cercetare. • Respectă principiile de etică și integritate în toate etapele cercetării științifice. • Colaborează în echipe de cercetare, asumându-și roluri și responsabilități specifice. • Manifestă gândire critică, creativitate și capacitate de autoevaluare în procesul de cercetare.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Scopul disciplinei este acela de a familiariza studenții cu contextul activității de cercetare științifică.
7.2 Obiectivele specifice	- cunoașterea și înțelegerea principiilor de bază pe care se fundamentează activitatea de cercetare științifică - explicarea și interpretarea conceptelor de bază specifice metodologiei de cercetare științifică - dezvoltarea capacității de a analiza, înțelege și interpreta un text științific - dezvoltarea/stimularea unui mod de a gândi structurat, dezvoltarea abilităților de analiză și sinteză în contextul activității de cercetare

8. Conținuturi

8.1 Curs (C)	Metode de predare	Observații
Fundamentele și etica cercetării științifice	Prelegere, dezbateri și interacțiuni online utilizând funcțiile și resursele platformei e.uoradea.ro. După caz, vor fi folosite aplicații, funcții și resurse de interacțiune online existente pe Internet	
Documentarea pentru cercetarea științifică- Literature Review și planificarea cercetării		
Designul cercetării calitative și colectarea datelor		
Analiza datelor calitative asistată de software		
Designul cercetării cantitative și măsurarea		
Analiza datelor cantitative asistată de software		
Integrarea metodelor. Abordarea mixta		
Redactarea academică și procesul de Peer Review		
Comunicarea cercetării		
Bibliografie - Bryman, A. (2016). Social Research Methods (5th ed.). Oxford University Press. - Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). SAGE Publications. - Field, A. (2018). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (5th ed.). SAGE Publications. (sau echivalent pentru R) - Wickham, H., & Grolemund, G. (2017). R for Data Science: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly Media. (Disponibil online gratuit: https://r4ds.had.co.nz/) - Nosek, B. A., et al. (2015). Estimating the reproducibility of psychological science. Science, 349(6251), aac4716. - Wilkinson, M. D., et al. (2016). The FAIR Guiding Principles for scientific data management and stewardship. Scientific Data, 3(1), 160018. - Saldaña, J. (2021). The Coding Manual for Qualitative Researchers (4th ed.). SAGE Publications. - Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). SAGE Publications. - Booth, W. C., Colomb, G. G., Williams, J. M., Bizup, J., & FitzGerald, W. T. (2016). The Craft of Research (4th ed.). University of Chicago Press. - Colin Robson, How to Do A Research Project. A Guide for Undergraduate Students, Backwell Publishing, 2007 cota la biblioteca UO: III 16489 - Paul E. Spencer, Research Design, Sage Publications, Thousand Oaks, 1981, cota la biblioteca UO: II 32465		
8.2 Seminar (S)	Metode de predare	Observații
8.2.1. Atelier de management bibliografic (Introducere în Zotero). S: Discuții pe studii de caz etice. Finalizarea unui modul online de certificare în etică (sarcină asincronă).	Abordarea euristică, Dezbateri și interacțiuni online utilizând funcțiile și resursele platformei e.uoradea.ro. După caz, vor fi folosite aplicații, funcții și resurse de	
8.2.2. Atelier practic: Căutare avansată în baze de date și elaborarea unui Plan de Management al Datelor (DMP).		
8.2.3. Caracterizarea unor domenii de cercetare. Analiza unor cercetări anterioare. Dezbateri asupra cerințelor cercetărilor sociale și a cercetărilor de marketing. Analiza de cazuri;		

8.2.4. Cercetarea bunelor practici în cercetarea științifică. Prezentarea proiectelor de cercetare la Colectivul de marketing a Universității din Oradea	interacțiune online existente pe Internet. Conversația Studiu de caz Observarea Problematizare Prezentări de lucrări Analiza unor lucrări de licență, disertație, doctorat, rapoarte de cercetare	
8.2.5. Atelier practic: Construirea unui chestionar valid și evaluarea critică a scalelor dintr-un articol științific.		
8.2.6. Analiza structurii unui articol științific Analiza aspectelor referitoare la metodologia cercetării		
8.2.7. Analiza articolelor științifice Analiza elementelor de valoare adăugată a unei lucrări de cercetare.		
8.2.8. Redactarea unei lucrări științifice . Probleme și dificultăți întâmpinate în redactarea unei lucrări științifice		
8.2.9. Evaluarea activității de cercetare științifică		
Bibliografie 1. Amanda M. Rosen, Effective Research Methods for Any Project, The Great Courses- The Teaching Company 2019 2. Ghiduri și resurse de pe platforme precum Center for Open Science (https://www.cos.io/) și FOSTER Open Science (https://www.fosteropenscience.eu/). 3. Saldaña, J. (2021). The Coding Manual for Qualitative Researchers (4th ed.). SAGE Publications. 4. Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). SAGE Publications. 5. Booth, W. C., Colomb, G. G., Williams, J. M., Bizup, J., & FitzGerald, W. T. (2016). The Craft of Research (4th ed.). University of Chicago Press. 6. Documentația oficială și tutoriale video pentru Zotero (zotero.org), MAXQDA (maxqda.com) și RStudio (posit.co).		

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

Fiecare student va adapta conținutul și cerințele disciplinei la conținutul, structura, resursele și activitatea necesară pentru realizarea propriei lucrări de disertație. În măsura în care se poate, temele de cercetare ale studenților vor fi integrate în temele de cercetare de la nivelul colectivului de marketing al DMM.

10. Utilizarea instrumentelor bazate pe inteligența artificială generativă

La această disciplină, utilizarea instrumentelor IIAgen este permisă atât la curs, cât și la seminar. Inteligența artificială generativă poate fi folosită, cu precădere, pentru:

- analiza surselor și căutarea în profunzime a referințelor privind cuvinte, idei, concepte, organizații, firme, proiecte sau produse;
- căutarea și identificarea bibliografiei și a surselor relevante;
- îmbunătățirea procesului de învățare prin generarea de sinteze, schițe, hărți grafice, sinteze audio, materiale vizuale, fișe de învățare, indexuri de termeni și nori de cuvinte;
- realizarea unor propuneri de structură, de planuri și de strategii;
- explicații privind modul de utilizare a instrumentelor de marketing;
- crearea de instrumente de marketing relevante și utile;
- îmbunătățirea conținutului generat, verificat și asumat de student;
- transformarea înregistrărilor audio ale vorbitorilor în text (transcriere) și generarea de conținut;
- îmbunătățirea generală a formei materialelor scrise produse de studenți.

Printre exemplele frecvent întâlnite de instrumente IIAgen se numără, fără a se limita la acestea: ChatGPT, Google Gemini, Claude, Perplexity, Grok.

Fiecare student va completa, pentru fiecare sarcină în parte, o declarație separată – după modelul din anexa 2 a Regulamentului privind utilizarea inteligenței artificiale generative în activitatea didactică și științifică din Facultatea de Științe Economice, Universitatea din Oradea –, în care va menționa instrumentul folosit, modalitatea concretă de utilizare și porțiunea din sarcină la care acesta a contribuit. Declarația va fi inserată la începutul lucrării aferente sarcinii respective.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare	11.3 Pondere din nota finală
11.4 Curs (C)	Participarea la dezbateri, însușirea conținutului disciplinei și capacitatea de a reține, înțelege, interpreta, exemplifica și aprecia critic.	Examen	30%

11.5 Seminar (S)	Pe parcursul întâlnirilor fiecare student va proiecta, realiza și prezenta două proiecte de cercetare: lucrarea A și lucrarea B. Lucrarea A va trata cercetarea științifică propriu zisă (meta-cercetare). Lucrarea B va aprofunda o temă de marketing în prealabil discutată și agreată de profesor. La final, vor fi evaluate	Evaluarea lucrărilor scrise/ modalităților de prezentare a proiectelor de cercetare.	50%
	▪ Existența, conținutul și forma documentelor de cercetare ▪ Progresul studentului în procesul de realizare a lucrării ▪ Valoarea procesului și a rezultatelor cercetării ▪ Modul de comunicare, prezentare și dialog; ▪ Bibliografia, managementul resurselor de cercetare, complexitatea domeniilor și instrumentelor folosite pentru documentare Studentii vor evalua lucrările de cercetare ale colegilor lor pe sistemul peer-review	Lucrările vor fi încărcate de fiecare student pe platformă la butonul de pe pagina disciplinei de pe platforma e.uoradea.ro. Evaluarea gradului de implicare al studenților în procesul de evaluare al lucrărilor de cercetare	20%
11.9 Standard minim de performanță			
▪ Prezența fizică la activitățile didactice ▪ Implicarea în evaluarea lucrării de cercetare ▪ Studentul trebuie să dovedească faptul că a înțeles noțiunile de bază ale cursului, conceptele specifice ale disciplinei la nivelul ideilor de bază – reflectat în special în cadrul testului grilă; ▪ Studentul trebuie să obțină minim 50% din punctaj la examen și minim 50% din punctajul aferent evaluării lucrărilor de cercetare			

Data completării

18.09.2026

Titular de curs:

Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA

Adresa de e-mail: dcoita@uoradea.ro

Titular de seminar/laborator/lucrări practice etc.:

Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA

dcoita@uoradea.ro

**Director de Departament,
Prof. univ. dr. habil. Maria-Madela ABRUDAN**

Data avizării în
Departament:

25.09.2026

Date de contact:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Management - Marketing

Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp F, etaj 1, sala F303

Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România

Tel.: 0259-408796.; Fax:0359814425

Pagina web:<http://steconomice.uoradea.ro>

Decan,

Prof.univ.dr.habil. Diana SABĂU-POPA

**Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe**
Economice:

28.09.2026

Date de contact:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan

Str. Universității, nr. 1

Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România

Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409

E-mail: steconomice@uoradea.ro

Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>