



UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT - MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT - MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ANALIZA INFORMAȚIILOR UTILIZÂND SPSS						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector. univ. dr. Bogdan Cătălin SAVU						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector. univ. dr. Bogdan Cătălin SAVU						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					58
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Baze de date, Informatica economica, Statistica
4.2 de competențe	Cunoasterea limbii engleze, Competente operare PC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro)
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Laborator informatic dotat cu PC in retea, pachetul software SPSS Tablă electronică / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro)

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C2.Utilizarea instrumentelor si a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing. C3.Culegerea, analiza si interpretarea informatiilor de marketing privind organizatia si mediul sau.
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasă, eficientă și responsabilă CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul urmareste familiarizarea cu conceptele si notiunile necesare in analiza statistica a datelor culese in urma administrarii unor chestionare de studiu al pietei si comportamentului consumatorilor. Se are in vedere dobandirea unor cunostinte de statistica descriptive, previzionare economica si testare a ipotezelor de cercetare. Prin activitatea de laborator urmeaza a se consolida cunostintele transmise la curs si insusirea deprinderilor necesare pentru folosirea pachetului informatic SPSS (Statistical Package for Social Scientist).
7.2 Obiectivele specifice	- dobandirea unor competente de natura cognitiva: capacitatea de a utiliza limbajul specific analizei de marketing, de a intelege literatura stiintifica de profil, de a aduce argumente de natura statistica in propriile cercetari; - dobandirea unor competente de natura aplicativa: organizarea datelor stiintifice rezultate in urma administrarii tehnicilor de cercetare a pietei, analizarea datelor statistice cu ajutorul programelor informatice, descrierea caracteristicilor unei colectivitati cu ajutorul datelor culese despre comportamentul indivizilor, argumentarea statistica a ipotezelor de cercetare; - dobandirea unor competente de natura atitudinala: valorizarea argumentului stiintific, atitudinea critica fata de posibilele distorsiuni statistice acolo unde nu sunt respectate principiile de utilizare corecte.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1.Introducere, informatii utile necesare absolvirii cu success a cursului.Obiectul si obiectivele cursului. Rolul statisticii si informaticii economice in cercetarea de marketing	Expunerea	2 ore
2.Primii pasi in SPSS 2.1 Introducere in SPSS. 2.2 Ce mai este nou la varianta SPSS 9.0 2.3 Cele mai utilizate meniuri in SPSS 2.4 Meniul 2.5 Status bar (Bara de stare) 2.6 Casutele de dialog SPSS	Expunerea	2 ore
3.Folosirea optiunii Help	Expunerea	2 ore
4.Fisierele de date 4.1 Fisierele de date 4.2 Tipuri de fisier de date 4.3 Deschiderea optiunii File Options 4.4 Modul in care Editorul de date citeste datele din spreadsheet 4.5 Cum citeste Data Editor fisierele de tip tab-delimited 4.6 Selectarea unei date sursa (Data Source) 4.7 Crearea unor legaturi intre tabele 4.8 Tipul datelor 4.9 Informatii despre fisier	Expunerea	2 ore
5.Data Editor 5.1 Definirea Variabilelor (Define Variable) 5.2 Definirea etichetelor 5.3 Definirea valorilor lipsa 5.4 Introducerea datelor 5.5 Editarea datelor	Expunerea	2 ore

5.6 Inserarea de variabile noi		
6. Analiza datelor folosind SPSS 6.1 Introducerea si transformarea datelor 6.2 Lucrul cu fisierele de date 6.3 Crearea unui fisier de date nou 6.4 Operatiuni asupra fisierele de date	Expunerea	2 ore
7. Testarea ipotezelor 7.1 Asocierea 7.2 Compararea mediilor 7.3 Regresia liniara 7.4 Corelatia	Expunerea	2 ore
	Total ore	14

Bibliografie

1. Babbie, Earl, 2010 , Practica cercetarii sociale, Ed. Polirom, Iasi;
2. Cohen, B., H., Lea, R., B., 2004, Essentials of Statistics for Social and Behavioral Sciences, John Wiley&Sons New Jersey;
3. Field, Andy, 2005, Discovering Statistics Using SPSS, Sage Publications;
4. Griffith, A., 2009, SPSS For Dummies, John Wiley&Sons;
5. King, Ronald, 2005, Strategia cercetarii, Ed. Polirom, Iasi;
6. Morgan, G. A., 2004, SPSS For Introductory Statistics: Use and Interpretation, Routledge, London;
7. Pintilescu, Carmen, Analiza statistica a datelor in SPSS si in R, Editura Sedcom Libris, 2022.
8. Rotariu, T., Badescu, G., Culic, I., Mezei, E., Muresan, C., 2006, Metode statistice aplicate in stiintele sociale, Ed. Polirom, Iasi;
9. Sandor, Sorin, Dan, 2013, Metode de cercetare in stiintele sociale, Tritonic, București;
10. Savu, B., C., 2010, Metode cantitative aplicate in conducerea proceselor economice, Ed. Bibliotheca, Tirgoviste
11. Vasile, Marian, Introducere in SPSS pentru cercetarea sociala si de piata, Editura Polirom, Iasi, 2014.
12. Ghid practic de utilizare a SPSS – IBM Company LTD.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere in SPSS	aplicații	2 ore
2. SPSS: baze de date, cazuri, variabile	aplicații	2 ore
3. Niveluri de masurare a variabilelor	aplicații	2 ore
4. Distributii de frecvente	aplicații	2 ore
5. Grafice	aplicații	2 ore
6. Indicatori de pozitie	aplicații	2 ore
7. Indicatori de imprastiere	aplicații	2 ore
8. Studiu de caz – Statistica descriptiva	aplicații	2 ore
9. Studiu de caz – intocmirea sondajului de opinie, interpretarea rezultatelor	aplicații	2 ore
10. Indicatori de forma, valori Z, distributia normal si de de esantionare	aplicații	2 ore
11. Testarea ipotezelor	aplicații	2 ore
12. Asocierea	aplicații	2 ore
13. Compararea mediilor	aplicații	2 ore
14. Studiu de caz – aplicatie practica a analizei informatiilor cu SPSS in sondajul de opinie	aplicații	2 ore
	Total ore	28
Bibliografie		

1. Babbie, Earl, 2010 , Practica cercetarii sociale, Ed. Polirom, Iasi;
2. Cohen, B., H., Lea, R., B., 2004, Essentials of Statistics for Social and Behavioral Sciences, John Wiley&Sons New Jersey;
3. Field, Andy, 2005, Discovering Statistics Using SPSS, Sage Publications;
4. Griffith, A., 2009, SPSS For Dummies, John Wiley&Sons;
5. King, Ronald, 2005, Strategia cercetarii, Ed. Polirom, Iasi;
6. Morgan, G. A., 2004, SPSS For Introductory Statistics: Use and Interpretation, Routledge, London;
7. Pintilescu, Carmen, Analiza statistica a datelor in SPSS si in R, Editura Sedcom Libris, 2022.
8. Rotariu, T., Badescu, G., Culic, I., Mezei, E., Muresan, C., 2006, Metode statistice aplicate in stiintele sociale, Ed. Polirom, Iasi;
9. Sandor, Sorin, Dan, 2013, Metode de cercetare in stiintele sociale, Tritonic, București;
10. Savu, B., C., 2010, Metode cantitative aplicate in conducerea proceselor economice, Ed. Bibliotheca, Tirgoviste
11. Vasile, Marian, Introducere in SPSS pentru cercetarea sociala si de piata, Editura Polirom, Iasi, 2014.
12. Ghid practic de utilizare a SPSS – IBM Company LTD.

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

Disciplina fundamentala, necesara pentru o abordare stiintifica a practicii de marketing.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
	Evaluarea cunoștințelor acumulate	Test de evaluare scris	50%
10.5 Seminar/laborator	Activitatea fizica/online a studentilor	Raspunsurile la lucrările practice de laborator	20%
		Testarea continuă pe parcursul semestrului	20%
Din oficiu			10%
		Total	100%

10.6 Standard minim de performanță:
 -Prezența la minimum 20% din totalul cursurilor
 -Cel puțin un caz practic rezolvat

Data completării
25.09.2025

Titularul de curs
Lector. dr. Bogdan Cătălin SAVU

Titularul de aplicații
Lector. dr. Bogdan Cătălin SAVU

Data avizării în
departament
30.09.2025

Director de departament
Conf.univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA

Data avizării în
Consiliul Facultății
30.09.2025

Decan
Conf.univ.dr.habil. Maria - Cristina ȘTEFAN