

CUPRINS

CAPITOLUL I

ASPECTE DEFINITORII ALE CERCETĂRILOR DE

MARKETING..... 9

- 1.1. Conceptul și aria cercetărilor de marketing..... 9
- 1.2. Apariția și dezvoltarea cercetărilor de marketing..... 11
- 1.3. Tipologia cercetărilor de marketing 15

CAPITOLUL II

PROCESUL CERCETĂRILOR DE MARKETING.....22

- 2.1. Faza preliminară a cercetării 22
- 2.2. Faza de proiectarea cercetării 29
- 2.3. Faza de realizare a cercetării 34

CAPITOLUL III

MĂSURAREA ÎN CERCETAREA DE MARKETING.....41

- 3.1. Definirea și rolul măsurării și scalării 41
- 3.2. Tipuri de scale 42
- 3.3. Metode de scalare..... 44

CAPITOLUL IV

CERCETĂRILE CALITATIVE DE MARKETING.....65

- 4.1. Considerații generale privind cercetările calitative de marketing 65
- 4.2. Aspecte metodologice privind cercetarea calitativă..... 67

CAPITOLUL V

OBSERVAREA ÎN CERCETAREA DE MARKETING83

- 5.1. Natura și obiectul procesului observării în marketing..... 83
- 5.2. Tipuri de observări 84

5.3. Observarea personală a comportamentului uman	86
5.4. Observarea obiectelor fizice.....	89
5.5. Observările mecanice	89
5.6. Măsurarea reacțiilor de natură psihologică	91
 CAPITOLUL VI	
SONDAJUL	96
6.1. Particularitățile sondajului	98
6.2. Clasificarea sondajelor	100
 CAPITOLUL VII	
PROIECTAREA CHESTIONARULUI.....	116
7.1. Aspecte definitorii ale chestionarului.....	116
7.2. Procesul de proiectare a chestionarului	117
 CAPITOLUL VIII	
EȘANTIONAREA ȘI MODALITĂȚILE DE	
EȘANTIONARE.....	132
8.1. Procesul eșantionării	132
8.2. Determinarea mărimii eșantionului.....	140
 CAPITOLUL IX	
ANALIZA DATELOR DE MARKETING	147
9.1. Criteriile alegerii metodelor de analiză a datelor de marketing	147
9.2. Analiza preliminară a datelor de marketing	148
9.3. Analiza univariată	149
9.3.1. Modalități de determinare a tendinței centrale	150
9.3.2. Modalități de caracterizare a variației și repartiției variabilelor.....	152
9.4. Testarea ipotezelor cercetării	153
9.5. Analiza bivariată	158
9.5.1. Teste parametrice de comparare a diferențelor	159
9.5.2. Teste neparametrice de comparare a diferențelor	162
9.6. Măsurarea asocierii dintre variabile	165

9.6.1. Asocierea între variabile ordinale.....	166
9.6.2. Măsurarea asocierii între variabile metrice.....	168
BIBLIOGRAFIE	171
ANEXE.....	173
RĂSPUNSURI LA TESTELE DE EVALUARE/AUTOEVALUARE.....	180