

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2022-2023

Anul de studiu 3 / Semestrul 1

Legendă:

1. Date despre program

| | |
|--|--|
| 1.1. Instituția de învățământ superior | Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia |
| 1.2. Facultatea | DE ȘTIINȚE ECONOMICE |
| 1.3. Departamentul | DAAMK |
| 1.4. Domeniul de studii | Administrarea Afacerilor |
| 1.5. Ciclul de studii | LICENȚĂ |
| 1.6. Programul de studii/calificarea* | Economia comerțului, Turismului și Serviciilor 242102 Specialist îmbunătățire procese 242104 Responsabil proces 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---|-------------------------------|----------------|---|---------------------------------|----------|---|--|
| 2.1. Denumirea disciplinei | Comportamentul consumatorului | | | 2.2. Cod disciplină | ECTS 313 | | |
| 2.3. Titularul activității de curs | Conf.univ.dr. Muntean Andreea | | | | | | |
| 2.4. Titularul activității de seminar / laborator | Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra | | | | | | |
| 2.5. Anul de studiu | 3 | 2.6. Semestrul | 1 | 2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP) | E | 2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă) | |

3. Timpul total estimat

| | | | | | |
|--|----|---------------------|----|------------------------|-----|
| 3.1. Numar ore pe saptamana | 4 | din care: 3.2. curs | 2 | 3.3. seminar/laborator | 2 |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ | 56 | din care: 3.5. curs | 28 | 3.6. seminar/laborator | 28 |
| Distribuția fondului de timp | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 45 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 27 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 20 |
| Tutoriat | | | | | |
| Examinări | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 3.7 Total ore studiu individual | 94 |
| 3.9 Total ore pe semestru | 150 |
| 3.10 Numărul de credite** | 4 |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--------------------|--|
| 4.1. de curriculum | Discipline de parcurs din semestrele anterioare: Marketing |
| 4.2. de competențe | Competențele oferite de disciplinele enumerate mai sus, ex.: C1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing C2 Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului C5 Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--|-------------------------------------|
| 5.1. de desfășurare a cursului | Sala dotată cu videoproiector/tabla |
| 5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului | Sala dotată cu videoproiector/tabla |

6. Competențe specifice acumulate

| | |
|-------------------------|---|
| Competențe profesionale | <p>C1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing</p> <p>C1.1 Definierea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing influențează operațiunile economico-financiare</p> <p>C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing</p> <p>C1.3 Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing</p> <p>C1.4 Studierea comparativă și evaluarea critică a metodelor, tehnicilor și instrumentelor în activitatea de marketing</p> <p>C1.5 Proiectarea unui studiu de marketing</p> <p>C3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său</p> <p>C3.1 Definierea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia</p> <p>C3.2 Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației</p> <p>C3.3 Identificarea și selectarea factorilor care influențează funcționarea organizației</p> <p>C3.4 Evaluarea și clasificarea factorilor care influențează funcționarea organizației</p> <p>C3.5 Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței</p> <p>C4 Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing</p> <p>C4.1 Definierea conceptelor și descrierea politicilor <i>mix-ului de marketing</i></p> <p>C4.2 Explicarea <i>mix-ului de marketing</i></p> <p>C4.3 Aplicarea cunoștințelor specifice <i>mix-ului de marketing</i> pentru elaborarea unui program de marketing</p> <p>C4.4 Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing</p> <p>C4.5 Proiectarea programelor de marketing</p> |
| Competențe transversale | - |

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

| | |
|---------------------------------------|---|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Obiectivul disciplinei consta in însușirea de catre studenti a principalelor cunoștințe legate de comportamentul consumatorului, de mecanismul luarii deciziei de cumparare, de factorii de influență ai acestui comportament. |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Înțelegerea noțiunii și conceptului de comportament al consumatorului; ✓ Cunoașterea fazelor procesului decizional de cumpărare și a modului în care cumpărătorul ia decizia de cumpărare; ✓ Înțelegerea modului în care diferitele influențe direct observabile, de natură endogenă, de natură exogenă influențează comportamentul consumatorului și decizia de cumpărare; |

8. Conținuturi*

| 8.1 Curs | Metode de predare | Observații |
|--|------------------------------------|--|
| 1. NOȚIUNEA ȘI DIMENSIUNILE COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Noțiuni, concepte și dimensiuni, definirea comportamentului consumatorului | Prelegere, discutii, exemplificare | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 2. TEORII FUNDAMENTALE ȘI MODELE GLOBALE PRIVITOARE LA COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI Modelul Marshallian Modelul Pavlovian Modelul Freudian Modelul Veblenian Modelul Hobbesian | Prelegere, discutii, exemplificare | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 3. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE Apariția nevoii nesatisfăcute Căutarea de informații și identificarea alternativelor | Prelegere, discutii, exemplificare | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |

| | | |
|---|---|---|
| | | Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 4. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE Evaluarea mentală a alternativelor considerate | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 5. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE Rezultanta evaluării Evaluarea post – cumpărare | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 6. INFLUENȚE DIRECT OBSERVABILE ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Factori demografici Factori economici | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 7. INFLUENȚE DIRECT OBSERVABILE ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Factori specifici mixului de marketing Factori situaționali | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 8. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Procesul perceptual | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 9. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Învățarea/informația Personalitatea | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 10. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Motivația Atitudinea Comportamentul efectiv | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 11. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Familia Grupurile sociale | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |

| | | |
|--|---|--|
| | | Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 12. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Clasa socială | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 13. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Cultura și subcultura | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 14. MODELAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 |
| Bibliografie: | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Balaure, V., ș.a., Marketing, Ed. Marketer, București, 1992 2. Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Ed. Teora, București, 1998 3. Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 4. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Ed. Teora, București, 1997 5. Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Consumer behaviour, Forth Worth TX Dryden Press, 1995 6. Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica a Univerității "1 Decembrie 1918" din Alba Iulia, 2019" | | |
| 8.2. Seminar-laborator | | |
| 1 Proces elementare în abordarea comportamentului consumatorului procesul perceptual analiza unor postere publicitare sub aspectul percepției | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminar în format electronic</i> |
| 2 Proces elementare în abordarea comportamentului consumatorului procesul învățării teoria condiționării instrumentale și comportamentul consumatorului teoria condiționării clasice și comportamentul consumatorului | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminar în format electronic</i> |
| 3 Proces elementare în abordarea comportamentului consumatorului atitudinea și motivația influența imaginii de sine asupra comportamentului consumatorului | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univerității 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminar în format electronic</i> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>4 Dimensiuni care duc la manifestarea unui anumit comportament al consumatorului – aplicații practice</p> <p>preferințele consumatorului deprinderile de cumpărare obiceiurile de consum</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |
| <p>5 Dimensiuni care duc la manifestarea unui anumit comportament al consumatorului</p> <p>intențiile de cumpărare imaginea unui produs, mărci, unitate comercială – studio de caz</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |
| <p>6 Procesul decizional de cumpărare –studiu practic</p> <p>etapele procesului decizional de cumpărare</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |
| <p>7 Procesul decizional de cumpărare –studiu practic</p> <p>modele decizionale</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |
| <p>8 Procesul decizional de cumpărare –studiu practic</p> <p>luarea deciziei de cumpărare în familie</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |
| <p>9 Măsurarea atitudinii consumatorului</p> <p>modelul Fishbein Rosenberg</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |
| <p>10 Modelul VALS de segmentare a consumatorilor</p> <p>Modelul VALS de segmentare a consumatorilor -exercițiu</p> | <p>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</p> | <p>2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019</p> <p>Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i></p> |

| | | |
|--|---|--|
| 11 Influența factorilor economici și demografici asupra comportamentului consumatorului Influența factorilor economici și demografici asupra comportamentului consumatorului | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i> |
| 12 Influența grupurilor sociale asupra comportamentului consumatorului – aplicații practice | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore - online Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i> |
| 13 Influența culturii asupra comportamentului consumatorului – studiu de caz | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i> |
| 14 Adoptarea inovației în consum – studiu de caz | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | 2 ore – față în față Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 <i>Suport de seminarii în format electronic</i> |
| Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> Balaure, V., ș.a., Marketing, Ed. Marketer, București, 1992 Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Ed. Teora, București, 1998 Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Ed. Teora, București, 1997 Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Consumer behaviour, Forth Worth TX Dryden Press, 1995 Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 | | |

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

| |
|---|
| - |
|---|

10. Evaluare

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|---|----------------------------|------------------------------|
| 10.4 Curs | <i>Evaluare finală</i> | <i>Examen scris</i> | 80 % |
| 10.5 Seminar/laborator | <i>Conținutul suportului pentru seminarii</i> | <i>Proiect de semestru</i> | 20 % |
| 10.6 Standard minim de performanță: - prezență minim 80% din totalitatea seminariilor - minim 60% prezență la cursuri - realizarea proiectului de semestru conform cerințelor | | | |

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

21.09.2022

Conf.univ.dr Muntean Andreea

Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

21.09.2022

Conf.univ.dr. Maican Silvia