

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2017-2018**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licenta
1.6. Programul de studiu / Calificarea	AA

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului						
2.2. Codul disciplinei	ILR0040						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Dacina Crina Petrescu						
2.4. Titularul activităților de seminar	Asist. dr. Cristina Fleseriu						
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	Continua (C)	2.8. Regimul disciplinei	Optionala

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	12
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități	Pregătirea examenului final				10
3.7. Total ore studiu individual					64
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

**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	
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	

**6. Competențele specifice acumulate**

Competențe profesionale	Culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice necesare administrării afacerilor Cercetarea mediului de afaceri pentru fundamentarea deciziei de afaceri
-------------------------	--

Competențe transversale	<p>Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>
----------------------------	---

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

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	Cursul urmarește să le ofere studenților informațiile fundamentale de care au nevoie în afaceri cu privire la comportamentul consumatorului: utilitatea și necesitatea studierii acestuia, factorii care influențează comportamentul consumatorului, analiza procesului decizional, aspecte legate de drepturile și protecția consumatorilor, precum și de abordarea comportamentului consumatorului în contextul dezvoltării durabile
7.2. Obiectivele specifice	.Prezentarea și analiza factorilor care influențează comportamentul consumatorului Prezentarea și analiza procesului decizional al consumatorului Întelegerea și interpretarea interdependenței consumatorului – mediu natural

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comportamentul consumatorului în cadrul marketingului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Introducere în comportamentul consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Factori care influențează comportamentul consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	8 ore
Procesul adoptării deciziei de cumpărare	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	4 ore
Cercetarea comportamentului consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	4 ore
Consumerismul și responsabilitatea socială Consumatorul și mediul natural	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Sinteza notiunilor prezentate	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beckwith, H. (2007), <i>Ce doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> <li>2. Blythe, J. (1998), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Teora, București.</li> <li>3. Catoiu, I., Teodorescu, N. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Economica, București.</li> <li>4. Danciu, V. (2006), <i>Marketing ecologic. Etica verde a producției și consumului</i>, Ed. Economică, București.</li> <li>5. Dawson, R. (2006), <i>Secretele persuasiunii. Cum să vinzi orice oricui</i>, Ed. Polirom,</li> </ol>	

	<p>Iași.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Gherasim, N., Lazăr, D., Mureșan, A., Nistor, V., Paina, N., Plăiaș, I., Pop, M., Pop, M., Szego, I., Vorzak, A. (2002), <i>Bazele marketingului</i>, Ed. Presa Universitara Clujeana, Cluj-Napoca.</li> <li>7. Gueguen, N. (2006), <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> <li>8. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.</li> <li>9. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca</li> <li>10. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca</li> <li>11. Pănișoară G., Pănișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> <li>12. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate si investigare in publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatica.</li> <li>13. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.</li> <li>14. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.</li> <li>15. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularitati in organizații non-profit</i>, Ed. Dareco, Bucuresti.</li> <li>16. Stanciu, S. (2001), <i>Bazele generale ale marketingului</i>, Universitatea din București.</li> </ol>
--	--

8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
	Comportamentul consumatorului in cadrul marketingului	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
	Introducere în comportamentul consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
	Factori care influențează comportamentul consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	4 ore
	Procesul adoptării deciziei de cumpărare	Exemplificare, analiza, studii de caz	2 ore
	Cercetarea comportamentului consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	2 ore
	Consumerismul și responsabilitatea socială Consumatorul și mediul natural	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
	Sinteza notiunilor prezentate	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beckwith, H. (2007), <i>Ce doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> <li>2. Blythe, J. (1998), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Teora, Bucuresti.</li> <li>3. Catoiu, I., Teodorescu, N. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Economica, Bucuresti.</li> <li>4. Danciu, V. (2006), <i>Marketing ecologic. Etica verde a producției și consumului</i>, Ed. Econoică, București.</li> <li>5. Dawson, R. (2006), <i>Secretele persuasiunii. Cum să vinzi orice oricui</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> <li>6. Gherasim, N., Lazăr, D., Mureșan, A., Nistor, V., Paina, N., Plăiaș, I., Pop, M., Pop, M., Szego, I., Vorzak, A. (2002), <i>Bazele marketingului</i>, Ed. Presa Universitara Clujeana, Cluj-Napoca.</li> <li>7. Gueguen, N. (2006), <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> </ol>		

	<ol style="list-style-type: none"><li>8. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.</li><li>9. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca</li><li>10. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca</li><li>11. Pănișoară G., Pănișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.</li><li>12. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate și investigație în publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatica.</li><li>13. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.</li><li>14. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.</li><li>15. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularități în organizații non-profit</i>, Ed. Dareco, București.</li><li>16. Stanciu, S. (2001), <i>Bazele generale ale marketingului</i>, Universitatea din București.</li></ol>
--	---

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea notiunilor teoretice prezentate Utilizarea corectă în practica a teoriei	Examen final	60%
10.5 Seminar/ laborator	Rezolvarea corectă a exercițiilor, studiilor de caz, proiectelor	Teste pe parcurs, proiecte	30%
	Interesul pentru pregătirea individuală, seriozitatea în abordarea problemelor	Punctaj pentru participare activă la seminarii	10%
10.6. Standard minim de performanță			
Cunoașterea notiunilor teoretice de baza prezentate Utilizarea corectă în practica a teoriei în exerciții/studii de caz simple Interpretarea economică a rezultatelor obținute.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

12.04.2017

Conf. dr. Dacia Crina Petrescu

Asist. dr. Cristina Fleșeriu

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

Conf. dr. Oana Gica