



FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2024-2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Management hotelier

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului de servicii hoteliere						
2.2. Codul disciplinei	IMR0031						
2.3. Titularul activităților de curs	Asist dr. Daniel Malutan						
2.4. Titularul activităților de seminar	Asist dr. Daniel Malutan						
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	Continua	2.8. Regimul disciplinei	

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
Distribuția fondului de timp:					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					22
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					22
Pregătire examen/proiect final					
3.7. Total ore studiu individual					94
3.8. Total ore pe semestru					150
3.9. Numărul de credite					6

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 videoproiector, computer
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu videoproiector, computer

6. Competențele specifice acumulate

		Competența
Competențe	Toate capitolele	C2 Cunoașterea avansată a conceptelor, tehnicilor și metodelor de cercetare științifică și aplicativă specifice domeniului ospitalității și turismului



		C3 Diagnosticarea situațiilor complexe în vederea elaborării de strategii/ programe de schimbare organizațională specifice domeniului ospitalității și turismului
Competențe transversale	Evaluarea competențelor transversale nu se leaga direct de conținutul disciplinei	CT1 Aplicarea normelor și valorilor eticii profesionale specifice domeniului ospitalității și turismului

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	Cursul urmarește să ofere studenților informațiile fundamentale de care au nevoie în afaceri cu privire la comportamentul consumatorului de servicii hoteliere: utilitatea și necesitatea studierii acestuia, înțelegerea consumatorului ca individ și actor decizional, aspecte legate de drepturile și protecția consumatorilor, precum și de abordarea comportamentului consumatorului în contextul dezvoltării durabile. Cursul își propune să ridice conștientizarea studenților cu privire la impactul comportamentului consumatorului asupra mediului și a modalităților de a-l face mai durabil (obiectiv legat de ODD 12).
7.2. Obiectivele specifice	Prezentarea și analiza factorilor care influențează comportamentul consumatorului de servicii hoteliere Prezentarea și analiza procesului decizional al consumatorului Înțelegerea și interpretarea interdependenței consumatorilor – mediu natural în cadrul activității de management hotelier

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Consumatorii în contextul marketingului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Introducere în comportamentul consumatorului de servicii hoteliere	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Factori culturali care influențează comportamentul consumatorului de servicii hoteliere	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Valori și stil de viață	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Influențe sociale asupra comportamentului consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Procesarea informației de către consumator	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 cursuri



Imagina de sine si personalitatea	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Procesul deciziei de cumparare	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Teoria comportamentului decizional	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Comportamentul consumatorului organizațional	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Probleme contamporane legate de comportamnetul consumatorului: consumerismul și responsabilitatea socială	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Probleme contamporane legate de comportamnetul consumatorului: consumatorul de servicii hoteliere și mediul natural	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Sinteza notiunilor prezentate	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studentilor prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">1. Beckwith, H. (2007), <i>Ce doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii</i>, Ed. Polirom, Iași.2. Blythe, J. (1998), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Teora, Bucuresti.3. Catoiu, I., Teodorescu, N. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Economica, Bucuresti.4. Danciu, V. (2006), <i>Marketing ecologic. Etica verde a producției și consumului</i>, Ed. Econoică, București.5. Dawson, R. (2006), <i>Secretele persuasiunii. Cum să vinzi orice oricui</i>, Ed. Polirom, Iași.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.7. Gueguen, N. (2006), <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum</i>, Ed. Polirom, Iași.8. Horner, S., Swarbrooke, J. (2021) <i>Consumer behavior in tourism</i>, 4th edition, Routledge.9. Hudson, S., Hudson, L. (2017) <i>Customer service for hospitality and tourism</i>, 2nd edition, Goodfellow Publishers.10. Kardes, F. R., Cronley, M. L., Cline, T. W., 2011, <i>Consumer Behavior</i>, South-Western Cengage Learning, Manson, USA.11. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.12. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca13. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca14. Pizam, A., Mansfeld, Y. (1999) <i>Consumer behavior in travel and tourism</i>, 1999, Routledge.15. Pânișoară G., Pânișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.16. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate si investigare in publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatina.17. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.18. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.	



	<p>19. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M. K., 1996, Consumer behaviour. A European Perspective, Pearson Education Limited.</p> <p>20. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularitati in organizatii non-profit</i>, Ed. Dareco, Bucuresti.</p> <p>21. Schiffman, L. G., Wisenblit, J (2019) <i>Cosumer Behavior</i>, Global Edition, 12th ed, Pearson.</p> <p>22. Solomon, M. R. (2020) <i>Consumer Behavior: buying, having, and being</i>, Global Edition, 13th ed, Pearson.</p> <p>23. Stanciu, S. (2001), <i>Bazele generale ale marketingului</i>, Universitatea din București.</p>
--	--

8.2. Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Consumatorii in contextul marketingului	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Introducere în comportamentul consumatorului de servicii hoteliere	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Factori culturali care influențează comportamentul consumatorului de servicii hoteliere	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Valori și stil de viață	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Influențe sociale asupra comportamentului consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Procesarea informației de către consumator	Exemplificare, analiza, studii de caz	2 seminarii
Imaginea de sine și personalitatea	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Procesul deciziei de cumpărare	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Teoria comportamentului decizional	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Comportamentul consumatorului organizațional	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Probleme contemporane legate de comportamentul consumatorului: consumerismul și responsabilitatea socială	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Probleme contemporane legate de comportamentul consumatorului: consumatorul de servicii hoteliere și mediul natural	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar
Sinteza notiunilor prezentate	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 seminar

Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">1. Beckwith, H. (2007), <i>Ce doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii</i>, Ed. Polirom, Iași.2. Blythe, J. (1998), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Teora, Bucuresti.3. Catoiu, I., Teodorescu, N. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Economica, Bucuresti.4. Danciu, V. (2006), <i>Marketing ecologic. Etica verde a producției și consumului</i>, Ed. Econoică, București.5. Dawson, R. (2006), <i>Secretele persuasiunii. Cum să vinzi orice oricui</i>, Ed. Polirom, Iași.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.7. Gueguen, N. (2006), <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum</i>, Ed. Polirom, Iași.8. Horner, S., Swarbrooke, J. (2021) <i>Consumer behavior in tourism</i>, 4th edition, Routledge.9. Hudson, S., Hudson, L. (2017) <i>Customer service for hospitality and tourism</i>, 2nd edition, Goodfellow Publishers.10. Kardes, F. R., Cronley, M. L., Cline, T. W., 2011, <i>Consumer Behavior</i>, South-Western Cengage Learning, Manson, USA.11. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.12. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca.13. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca14. Pizam, A., Mansfeld, Y. (1999) <i>Consumer behavior in travel and tourism</i>, 1999, Routledge.15. Pănișoară G., Pănișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.16. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate și investigare în publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatica.17. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.
--------------	---



	<p>18. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.</p> <p>19. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M. K., 2996, <i>Consumer behaviour. A European Perspective</i>, Pearson Education Limited.</p> <p>20. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularitati in organizatii non-profit</i>, Ed. Dareco, Bucuresti.</p> <p>21. Schiffman, L. G., Wisenblit, J (2019) <i>Cosumer Behavior</i>, Global Edition, 12th ed, Pearson</p>
--	---

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

Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe;

Pentru a se calcula nota finala insumand punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoasterea notiunilor teoretice prezentate Utilizarea corecta a teoriei in practica a prin aplicarea ei la situatii concrete / studii de caz, Teme de rezolvat pe parcurs	Proiect final Pentru a se calcula nota finală însumand punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris	60%
10.5. Seminar/ laborator	Interesul pentru pregătirea individuala, seriozitatea in abordarea problemelor, Teme de rezolvat pe parcurs	Punctaj pentru participare activa la seminarului (e.g., pregatirea si sustinerea proiectului, alte interventii)	40%
	Proiectul se va intocmi individual si se va sustine conform programarii. Proiecte de grup pot fi aprobate de profesor daca tema este complexa si necesita participarea mei multor studenti. In acest caz, sarcinile vor fi clar stabilite de profesor in colaborare cu studentii. Punctajul pentru prezentarea proiectelor se poate obtine numai in timpul orelor de seminar si se va pastra si in re-examinare/restanta. Participarea la examen se face in baza programarii la o anume data de examen. Participarea trebuie sa fie comunicata de catre student titularilor de curs si seminar in forma si la termenul stabilite de acestia.		
	10.6. Standard minim de performanță		
	Cunoasterea notiunilor teoretice de baza prezentate Utilizarea corecta in exemple a teoriei in exercitii/studii de caz simple		

Data completării

24.04.2024

Semnătura titularului de curs

Asist dr. Daniel Malutan

Semnătura titularului de seminar

Asist dr. Daniel Malutan

Data avizării în departament

22.05.2024

Semnătura directorului de departament

Conf. dr. Marius Bota