



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2022-2023**

**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. Ciclu 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	Prof. dr. Dacina Crina Petrescu						
2.4. Titularul activităților de seminar	Prof. dr. Dacina Crina Petrescu						
2.5. Anul de studiu	1	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	Continua	2.8. Regimul disciplinei	Obligatorie

**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					22
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**

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



<b>Competențe transversale</b>	<p>Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională 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 urmărește 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.
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
Imaginea de sine și personalitatea	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Procesul deciziei de cumpărare	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Teoria comportamentului decizional	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs



Comportamentul consumatorului organizațional	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Probleme contemporane legate de comportamentul consumatorului: consumerismul și responsabilitatea socială	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Probleme contemporane legate de comportamentul consumatorului: consumatorul de servicii hoteliere și mediul natural	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
Sinteza notiunilor prezentate	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	1 curs
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. 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><li>8. Horner, S., Swarbrooke, J. (2021) <i>Consumer behavior in tourism</i>, 4th edition, Routledge.</li><li>9. Hudson, S., Hudson, L. (2017) <i>Customer service for hospitality and tourism</i>, 2nd edition, Goodfellow Publishers.</li><li>10. Kardes, F. R., Cronley, M. L., Cline, T. W., 2011, <i>Consumer Behavior</i>, South-Western Cengage Learning, Manson, USA.</li><li>11. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.</li><li>12. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca</li><li>13. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca</li><li>14. Pizam, A., Mansfeld, Y. (1999) <i>Consumer behavior in travel and tourism</i>, 1999, Routledge.</li><li>15. Pănișoară G., Pănișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.</li><li>16. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate și investigație în publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatina.</li><li>17. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.</li><li>18. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.</li><li>19. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M. K., 2006, <i>Consumer behaviour. A European Perspective</i>, Pearson Education Limited.</li><li>20. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularități în organizații non-profit</i>, Ed. Dareco, București.</li><li>21. Schiffman, L. G., Wisenblit, J (2019) <i>Consumer Behavior</i>, Global Edition, 12th ed, Pearson.</li><li>22. Solomon, M. R. (2020) <i>Consumer Behavior: buying, having, and being</i>, Global Edition, 13th ed, Pearson.</li></ol>	



23. Stanciu, S. (2001), *Bazele generale ale marketingului*, Universitatea din București.

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"><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. Ecoicică, 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 Universitară Clujeană, 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. Horner, S., Swarbrooke, J. (2021) <i>Consumer behavior in tourism</i>, 4th edition, Routledge.</li><li>9. Hudson, S., Hudson, L. (2017) <i>Customer service for hospitality and tourism</i>, 2nd edition, Goodfellow Publishers.</li><li>10. Kardes, F. R., Cronley, M. L., Cline, T. W., 2011, <i>Consumer Behavior</i>, South-Western Cengage Learning, Manson, USA.</li><li>11. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.</li><li>12. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca.</li><li>13. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca</li><li>14. Pizam, A., Mansfeld, Y. (1999) <i>Consumer behavior in travel and tourism</i>, 1999, Routledge.</li><li>15. Pănișoară G., Pănișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.</li><li>16. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate și investigație în publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatica.</li><li>17. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.</li><li>18. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.</li><li>19. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M. K., 2006, <i>Consumer behaviour. A European Perspective</i>, Pearson Education Limited.</li><li>20. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularități în organizații non-profit</i>, Ed. Dareco, București.</li><li>21. Schiffman, L. G., Wisenblit, J (2019) <i>Consumer Behavior</i>, Global Edition, 12th ed, Pearson</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 a teoriei în practică a prin aplicarea ei la situații concrete / studii de caz, Teme de rezolvat pe parcurs	Proiect final	60%
10.5. Seminar/ laborator	Interesul pentru pregătirea individuală, seriozitatea în abordarea problemelor, Teme de rezolvat pe parcurs	Punctaj pentru participare activă la seminarii (e.g., pregătirea și susținerea proiectului, alte intervenții)	40%
	Proiectul se va întocmi individual și se va susține conform programării. Tema va corespunde conținutului disciplinei și va fi aprobată de titularul de curs. Punctajul pentru prezentarea proiectelor se poate obține numai în timpul orelor de seminar și se va păstra și în re-examinare/restanță. Participarea la examen se face în baza programării la o anumită dată de examen. Participarea trebuie să fie comunicată de către student titularilor de curs și seminar în forma și la termenul stabilite de acestia.		
10.6. Standard minim de performanță			
Cunoașterea notiunilor teoretice de bază prezentate Utilizarea corectă în exemple a teoriei în exerciții/studii de caz simple			

**Data completării**

**Semnătura titularului de curs**  
Prof. dr. Dacina Crina Petrescu

**Semnătura titularului de seminar**  
Prof. dr. Dacina Crina Petrescu

**Data avizării în departament**

**Semnătura directorului de departament**

Conf. Dr. Oana Gica