

## 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*	Administrarea Afacerilor 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Manager de produs

## 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului			2.2. Cod disciplină	AA 311		
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)	
						O	O

## 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: <b>Marketing</b>
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 videoprojector/tabla
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sala dotată cu videoprojector/tabla

6. **Competențe specifice acumulate**

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

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>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.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Înțelegerea noțiunii și conceptului de comportament al consumatorului;</i></li> <li>✓ <i>Cunoașterea fazelor procesului decizional de cumpărare și a modului în care cumpărătorul ia decizia de cumpărare;</i></li> <li>✓ <i>Înțelegerea modului în care diferitele influențe direct observabile, de natură endogenă, de natură exogenă influențează comportamentul consumatorului și decizia de cumpărare;</i></li> </ul>

8. **Conținuturi\***

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. NOȚIUNEA ȘI DIMENSIUNILE COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Noțiuni, concepte și dimensiuni, definirea comportamentului consumatorului	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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>	<b>2 ore – față în față</b> 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
5. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE Rezultanta evaluării  Evaluarea post – cumpărare	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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
6. INFLUENȚE DIRECT OBSERVABILE ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Factori demografici  Factori economici	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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
7. INFLUENȚE DIRECT OBSERVABILE ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Factori specifici mixului de marketing  Factori situaționali	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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
8. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMNETULUI CONSUMATORULUI Procesul perceptual	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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
9. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMNETULUI CONSUMATORULUI Învățarea/informația Personalitatea	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore - online</b> 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
10. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMNETULUI CONSUMATORULUI  Motivația Atitudinea Comportamentul efectiv	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore - online</b> 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
11. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Familia  Grupurile sociale	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore - online</b> 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
12. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Clasa socială	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore - online</b> 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
13. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI Cultura și subcultura	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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
14. MODELAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<b>2 ore – față în față</b> 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
<b>Bibliografie:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Balaure, V., ș.a., Marketing, Ed. Marketer, București, 1992</li> <li>2. Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Ed. Teora, București, 1998</li> <li>3. Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003</li> <li>4. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Ed. Teora, București, 1997</li> <li>5. Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Consumer behaviour, Forth Worth TX Dryden Press, 1995</li> <li>6. <b>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica a Univeristății "1 Decembrie 1918" din Alba Iulia, 2019"</b></li> </ol>		
<b>8.2. Seminar-laborator</b>		
<b>1 Procese elementare în abordarea comportamentului consumatorului</b>  procesul perceptual  analiza unor postere publicitare sub aspectul percepției	<b><i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i></b>	<b>2 ore – față în față</b> 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 seminar în format electronic</i>
<b>2 Procese elementare în abordarea comportamentului consumatorului</b>  procesul învățării  teoria condiționării instrumentale și comportamentul consumatorului  teoria condiționării clasice și comportamentul consumatorului	<b><i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i></b>	<b>2 ore – față în față</b> 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 seminar în format electronic</i>
<b>3 Procese elementare în abordarea comportamentului consumatorului</b>  atitudinea și motivația  influența imaginii de sine asupra comportamentului consumatorului	<b><i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i></b>	<b>2 ore – față în față</b> 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 seminar în format electronic</i>

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

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

**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