

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2025-2026**  
**Anul de studiu III / Semestrul I**

**1. Date despre program**

|  |   |
|--|---|
| 1.1. Instituția de învățământ superior   | <b>Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia</b>  |
| 1.2. Facultatea                          | <b>Științe Economice</b>  |
| 1.3. Departamentul                       | <b>Administrarea Afacerilor și Marketing</b>  |
| 1.4. Domeniul de studii                  | <b>Administrarea Afacerilor</b>   |
| 1.5. Ciclul de studii                    | <b>Licență</b>  |
| 1.6. Programul de studii/calificari COR/ | Administrarea Afacerilor / 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice |

**2. Date despre disciplină**

|   |                                      |                |                     |                                 |          |   |          |
|---|--------------------------------------|----------------|---------------------|---------------------------------|----------|---|----------|
| 2.1. Denumirea disciplinei                        | <b>Comportamentul consumatorului</b> |                | 2.2. Cod disciplină | <b>AA 311</b>                   |          |   |          |
| 2.3. Titularul activității de curs                | Prof.univ.dr. Muntean Andreea        |                |                     |                                 |          |   |          |
| 2.4. Titularul activității de seminar / laborator | Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra         |                |                     |                                 |          |   |          |
| 2.5. Anul de studiu                               | <b>3</b>                             | 2.6. Semestrul | <b>1</b>            | 2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP) | <b>E</b> | 2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă) | <b>O</b> |

**3. Timpul total estimat**

|   |    |                     |           |                        |           |
|---|----|---------------------|-----------|------------------------|-----------|
| 3.1. Numar ore pe saptamana   | 4  | din care: 3.2. curs | <b>2</b>  | 3.3. seminar/laborator | <b>2</b>  |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ   | 56 | din care: 3.5. curs | <b>28</b> | 3.6. seminar/laborator | <b>28</b> |
| Distribuția fondului de timp  |    |                     |           |                        | ore       |
| a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                                    |    |                     |           |                        | <b>12</b> |
| b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |    |                     |           |                        | <b>10</b> |
| c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          |    |                     |           |                        | <b>20</b> |
| d. Tutoriat   |    |                     |           |                        | -         |
| e. Examinări  |    |                     |           |                        | <b>2</b>  |
| f. Alte activități universitare (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.) .....              |    |                     |           |                        | -         |

|   |     |
|---|-----|
| 3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)           | 42  |
| 3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4) | 58  |
| 3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)               | 100 |
| 3.10 Numărul de credite                           | 4   |

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

|                    |  |
|--------------------|--|
| 4.1. de curriculum | <i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare: <b>Marketing</b></i> |
| 4.2. de competențe | <i>Competențele oferite de disciplina enumerată mai sus</i>              |

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

|  |  |
|--|--|
| 5.1. de desfășurare a cursului                   | <i>Sala dotată cu videoproiector/tablă</i> |
| 5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului | <i>Sala dotată cu videoproiector/tablă</i> |

**6. Competențe specifice acumulate**

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Competențe profesionale | C1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională<br>C2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului<br>C4. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii |
|-------------------------|---|

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Competențe transversale | - |
|-------------------------|---|

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

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

## 8. Conținuturi

| 8.1 Curs  | Metode de predare                         | Observații  |
|---|---|---|
| 1. NOȚIUNEA ȘI DIMENSIUNILE COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Noțiuni, concepte și dimensiuni, definirea comportamentului consumatorului | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 2. TEORII FUNDAMENTALE ȘI MODELE GLOBALE PRIVITOARE LA COMPOTAMENTUL CONSUMATORULUI   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 3. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE<br>Apariția nevoii nesatisfăcute<br>Căutarea de informații și identificarea alternativelor            | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 4. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE<br>Evaluarea mentală a alternativelor considerate   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 5. PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE<br>Rezultanta evaluării<br>Evaluarea post – cumpărare   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 6. INFLUENȚE DIRECT OBSERVABILE ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Factori demografici<br>Factori economici                        | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 7. INFLUENȚE DIRECT OBSERVABILE ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Factori specifici mixului de marketing<br>Factori situaționali  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 8. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPOTAMNETULUI CONSUMATORULUI<br>Procesul perceptual  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |

|  |   |   |
|--|---|---|
| 9. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Învățarea/informația<br>Personalitatea   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>                                     | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 10. INFLUENȚE DE NATURĂ ENDOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Motivația<br>Atitudinea<br>Comportamentul efectiv   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>                                     | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 11. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Familia<br>Grupurile sociale   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>                                     | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 12. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Clasa socială  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>                                     | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 13. INFLUENȚE DE NATURĂ EXOGENĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI<br>Cultura și subcultura  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>                                     | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| 14. MODELAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>                                     | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>Bibliografie:</b>   |   |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003</li> <li>2. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Ed. Teora, București, 1997</li> <li>3. Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica a Univeristății ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019</li> </ol> |   |   |
| <b>8.2. Seminar</b>  | <b>Metode de predare</b>  | <b>Observații</b>   |
| <b>1 Procese elementare în abordarea comportamentului consumatorului</b><br>procesul perceptual<br>analiza unor postere publicitare sub aspectul percepției  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>2 Procese elementare în abordarea comportamentului consumatorului</b><br>procesul învățării<br>teoria condiționării instrumentale și comportamentul consumatorului<br>teoria condiționării clasice și comportamentul consumatorului   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>3 Procese elementare în abordarea comportamentului consumatorului</b><br>atitudinea și motivația<br>influența imaginii de sine asupra comportamentului consumatorului   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>4 Dimensiuni care duc la manifestarea unui anumit comportament al consumatorului – aplicații practice</b><br>preferințele consumatorului<br>deprinderile de cumpărare<br>obiceiurile de consum | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>5 Dimensiuni care duc la manifestarea unui anumit comportament al consumatorului</b><br>intențiile de cumpărare<br>imaginea unui produs, mărci, unitate comercială – studio de caz             | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>6 Procesul decizional de cumpărare –studiu practic</b><br>etapele procesului decizional de cumpărare   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>7 Procesul decizional de cumpărare –studiu practic</b><br>modele decizionale   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>8 Procesul decizional de cumpărare –studiu practic</b><br>luarea deciziei de cumpărare în familie  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>9 Măsurarea atitudinii consumatorului</b><br>modelul Fishbein Rosenberg  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>10 Modelul VALS de segmentare a consumatorilor</b><br>Modelul VALS de segmentare a consumatorilor -exercițiu   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>11 Influența factorilor economici și demografici asupra comportamentului consumatorului</b><br>Influența factorilor economici și demografici asupra comportamentului consumatorului            | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>12 Influența grupurilor sociale asupra comportamentului consumatorului – aplicații practice</b>  | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>13 Influența culturii asupra comportamentului consumatorului – studiu de caz</b>   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |
| <b>14 Adoptarea inovației în consum – studiu de caz</b>   | <i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i> | <b>2 ore</b><br>Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica A Univeristății 1 Decembrie 1918 Alba Iulia, 2019 |

**Bibliografie**

1. Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003
2. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Ed. Teora, București, 1997
3. Muntean A, Lazea R, Comportamentul consumatorului-note de curs, Seria Didactica a Univeristății ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019

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

Conținutul prezentei fișe și implicit al cursului este elaborat în concordanță cu noile tendințe din domeniu și este structurat astfel încât la finalul parcurgerii materialului studenții să dobândească competențe profesionale care să le faciliteze angajarea pe piața muncii sau continuarea studiilor în ciclul următor.

**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>                   | 70 %                         |
| 10.5 Seminar/laborator   | <i>Implicarea în activitatea de la seminar</i> | <i>Rezolvarea temelor de semestru</i> | 30 %                         |
| 10.6 Standard minim de performanță:<br>- obținerea notei minime 5<br>- realizarea temelor de semestru conform cerințelor |  |                                       |                              |

Data completării  
20.09.2025

Semnătura titularului de curs  
Prof.univ.dr Muntean Andreea

Semnătura titularului de seminar  
Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra

Data avizării în Departament  
23.09.2025

Semnătura directorului de departament  
Conf.univ.dr. Silvia Maican