

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Creștină Partium din Oradea
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe economice și Sociale
1.3 Departamentul	Departamentul de Economie
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ECTS 2203 Comportamentul consumatorului
2.2 Titularul activității de curs	Lect. Univ Dr. Veres Edit
2.3 Titularul activității de seminar	Lect. Univ Dr. Veres Edit
2.4 Anul de studiu	II.
2.5 Semestrul	4
2.6 Tipul de evaluare	Examinare în scris
2.7 Regimul disciplinei	DD

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	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, support de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					22
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități...					-
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	Bazele marketingului, Bazele managementului, Bazele statisticii
4.2 de competențe	- Înțelegerea modalităților de luare a deciziilor în procesul de cumpărare - Înțelegerea factorilor interni și externi care exercită o influență determinantă asupra comportamentului de cumpărare al indivizilor - Înțelegerea modului de utilizare a instrumentelor și tehnicilor specifice măsurării comportamentului consumatorului

¹ Cf.M.Of.al României, Partea I, Nr.800bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr.5703 din 18 oct.2011

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs, calculator, videoproiector, software adecvat
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminarii, calculator, videoproiector

1

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specific comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor. C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct capitalizată în marcă C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecția a acestora. C2.4 Analiza critic- constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii.
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea noțiunilor legate de comportamentul consumatorilor individuali, de grup și instituționali cu scopul optimizării deciziilor și comportamentul managerilor, proiectanților, tehnologilor și a economiștilor în general
7.2 Obiectivele specifice	- utilizarea adecvată a conceptelor specifice comportamentului consumatorului; - înțelegerea motivelor care conduc la efectuarea/neefectuarea actului de cumpărare;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Nevoile, motivația, implicarea, atitudinile consumatorului	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
2. Influența culturii asupra comportamentului consumatorului	Prelegerea participativă, dezbaterea, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2

3. Influența clasei sociale asupra comportamentului consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
4. Influența grupurilor de referință asupra comportamentului consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
5. Structura, structura cheltuielilor și veniturilor ale gospodăriilor	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
6. Procesul decizional al consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
7. Conținutul și rolul studiului comportamentului consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2.
8. Procesele elementare ale comportamentului consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
9. Caracteristicile individuale ale consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
10. Mediul consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
11. Motivația și personalitate	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
12. Scheme și modele ale comportamentului consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
13. Protecția consumatorului	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2
14. Atitudini și intenții de cumpărare	Prelegerea participativă, dezbateră, dialogul, expunerea, demonstrația, exemplificarea	2

8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. Importanța studiului comportamentului consumatorului	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
2. Nevoile, motivația consumatorilor	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
3. Implicarea și atitudinea consumatorilor	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
4. Învățarea și influența culturii asupra comportamentului consumatorului	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
5. Factori situaționali în procesul de cumpărare	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
6. Etapele procesului decizional în cursul cumpărării	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2

7. Factorii de influență și tipologia deciziilor de cumpărare	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
8. Obiectivele comunicării. Definirea țintei comunicării	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
9. Alegerea mijloacelor de comunicare și repartizarea bugetului	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
10. Promovare vânzărilor	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
11. Publicitatea	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
12. Relațiile publice și sponsorizarea	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
13. Modelarea comportamentului consumatorului	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2
14. Recapitulare	Exercitiul, demonstrația, exemplificarea	2

Bibliografie

1. Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás-insight, trendek, vásárlók, Akadémiai Kiadó, 2018
2. Michael R. Solomon: Consumer behavior: buying, having, and being, Editura Pearson, 2018
3. Hofmeister Tóth Ágnes: Fogyasztói magatartás, Editura Aula 2003.
4. Hofmeister Tóth Ágnes: Fogyasztói magatartás alapjai, Akadémiai Kiadó, 2014
5. Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás trendek, KJK Kerszöv 2003
6. Eric Marder: Comportamentul consumatorului, Editura Teora, 2007

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 țara și străinătate

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de Evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- asimilarea corectă și completă a noțiunilor predate și asimilate - o înțelegere de ansamblu a importanței disciplinei studiate și a legăturii cu celelalte discipline fundamentale - coerența logică - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Lucrare scrisă: test	60%
10.5 Seminar	- capacitatea de aplicare în practică; - criterii ce vizează	Testare periodică, referate	40%

	aspectele atitudinale: -interesul pentru munca individuala si in grup, constinciozitatea.		
10.6 Standard minim de performanță Însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază si aplicarea acestora in solutionarea unor studii.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

16.09.2024

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....