

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Alimentație și turism
1.3 Departamentul	Ingineria și managementul alimentației și turismului
1.4 Domeniul de studii de licență ¹⁾	Inginerie și Management
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Inginerie și management în industria turismului/Inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Psihologie și studii de comportament							
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.psih Laura CISMARU							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Conf.dr.psih Laura CISMARU							
2.4 Anul de studiu	IV	2.5 Semestrul	VIII	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DS
							Obligativitate ⁴⁾	DI

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					12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					32
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități					
3.7 Total ore de activitate a studentului	44				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Comunicare managerială Marketing turistic
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none">

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Videoproiector și sistem audio
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	<ul style="list-style-type: none"> Sală cu videoproiector și calculatoare pentru studenți (conectate la Internet)

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	<p>Cp.8. Capacitatea de a aduna informații tehnice: Aplică metode de cercetare sistematică și comunică cu părțile relevante pentru a găsi informații specifice și evaluează rezultatele cercetărilor pentru a estima relevanța informațiilor, precum și a sistemelor tehnice conexe și a evoluțiilor acestora.</p> <p>R.Î.8.1. Absolventul IMIT poate efectua studiul mediului extern și intern al unei organizații, identificând punctele forte și punctele slabe, pentru a oferi o bază pentru strategiile societății și pentru planificare ulterioară.</p> <p>R.Î.8.2. Absolventul IMIT poate identifica diferite piețe-țintă pentru proiectele noi, luând în considerare factori precum vârsta, sexul și statutul socioeconomic.</p> <p>R.Î.8.3. Absolventul IMIT poate investiga tendințele în ceea ce privește gătitul și mâncatul la restaurant, monitorizând o serie de surse.</p> <p>R.Î.8.4. Absolventul IMIT poate analiza date privind caracteristicile, nevoile și comportamentele de cumpărare ale clienților, vizitatorilor, consumatorilor sau oaspeților.</p> <p>R.Î.8.5. Absolventul IMIT poate lua parte la crearea strategiei privind tipul de conținut care urmează să fie furnizat grupurilor-țintă și cu privire la ce mijloace de informare trebuie utilizate, ținând seama de caracteristicile publicului-țintă și ale mass-mediei care vor fi utilizate pentru livrarea de conținut.</p> <p>Cp.9. Capacitatea de a se adapta la situațiile în schimbare: Schimbă abordarea situațiilor în funcție de schimbările neprevăzute și subite apărute la nivelul nevoilor și dispoziției oamenilor, sau în tendințe; schimbă strategii, improvizează și se adaptează în mod natural la acele împrejurări.</p> <p>R.Î.9.1. Absolventul IMIT poate aplica managementul schimbării prin anticiparea schimbărilor și luarea deciziilor manageriale pentru a se asigura că membrii implicați sunt cât mai puțin afectați</p> <p>R.Î.9.2. Absolventul IMIT poate prioritiza strategii, improvizează și se adaptează în mod natural la noi tendințe în domeniu.</p> <p>R.Î.9.3. Absolventul IMIT poate identifica soluții pentru a evita situațiile de criză.</p> <p>Cp.10. Capacitatea de a se orienta spre inovare în practicile curente: Caută îmbunătățiri și prezintă soluții inovatoare, cu utilizarea creativității și a gândirii alternative pentru a elabora noi tehnologii, metode sau idei și răspunsuri la problemele legate de muncă.</p> <p>R.Î.10.1. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a dezvolta o dinamică pozitivă a comunicării cu organizații din diferite țări în vederea construirii unei relații de cooperare și a optimizării schimbului de informații.</p> <p>R.Î.10.2. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a dezvolta relații pozitive cu comunitatea locală pentru a sprijini creșterea economică a întreprinderilor locale din domeniul turismului și pentru a respecta practicile tradiționale locale.</p> <p>R.Î.10.3. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a asigura monitorizarea, crearea și supravegherea experienței clienților și a percepției asupra mărcii și a serviciului.</p> <p>R.Î.10.4. Absolventul IMIT poate monitoriza crearea de meniuri specifice pentru evenimente și nevoi particulare ale clienților.</p> <p>R.Î.10.5. Absolventul IMIT poate adapta stilul de comunicare la publicul-țintă pentru a transmite instrucțiunile în modul prevăzut.</p> <p>Cp.11. Capacitatea de a oferi consultanță cu privire la îmbunătățirile în materie de eficiență. Analizează informațiile și detaliile proceselor și produselor pentru a oferi consiliere cu privire la posibile îmbunătățiri ale eficienței care ar putea fi puse în aplicare și care ar însemna o valorificare a resurselor.</p> <p>R.Î.11.1. Absolventul IMIT poate evidenția aspectele definitorii privind responsabilitatea socială a întreprinderilor pentru a gestiona procesele de afaceri în mod responsabil și etic.</p> <p>R.Î.11.2. Absolventul IMIT poate explica practica călătoriilor durabile în zone naturale care conservă și sprijină mediul local, promovând înțelegerea ecologică și culturală.</p>
Competențe transversale	<p>Ct.1. Lucrează în echipe, urmărește viziunea organizației, demonstrează abilități organizatorice.</p> <p>R.Î.1.1. Absolventul IMIT este capabil să lucreze cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și</p>

	<p>partea lui în serviciul întregului.</p> <p>R.Î.1.2. Absolventul IMIT este capabil să coordoneze și să îi direcționeze pe ceilalți către un scop comun, adesea într-un grup sau echipă.</p> <p>R.Î.1.3. Absolventul IMIT este capabil să organizeze informații, obiecte și resurse prin metode sistematice și în conformitate cu anumite standarde și asigură gestionarea sarcinii.</p> <p>R.Î.1.4. Absolventul IMIT este capabil să construiască o relație de încredere reciprocă, respect și cooperare între membrii aceleiași echipe.</p> <p>Ct.2. Gândește critic, promovează creativitatea în gândire, demonstrează gândire holistică, demonstrează spirit antreprenorial.</p> <p>R.Î.2.1. Absolventul IMIT este capabil să evalueze critic credibilitatea și fiabilitatea informațiilor înainte de a le utiliza sau de a le transmite altora.</p> <p>R.Î.2.2. Absolventul IMIT este capabil să identifice idei noi sau le combină pe cele existente pentru a dezvolta soluții inovatoare și noi.</p> <p>Ct.3. Gestionează evoluția personală, dă dovadă de dorință de învățare, își asumă responsabilitatea.</p> <p>R.Î.3.1. Absolventul IMIT este capabil să identifice propriile competențe pentru a avansa în viața profesională și privată.</p> <p>R.Î.3.2. Absolventul IMIT este capabil să evidențieze atitudine pozitivă față de cerințe noi și provocatoare care pot fi satisfăcute doar prin învățare pe tot parcursul vieții</p> <p>R.Î.3.3. Absolventul IMIT este capabil să identifice soluții alternative pentru a lua decizii.</p> <p>R.Î.3.4. Absolventul IMIT este capabil să accepte responsabilitatea și răspunderea pentru propriile decizii și acțiuni profesionale sau pentru cele delegate altora.</p> <p>R.Î.3.5. Absolventul IMIT este capabil să demonstreze onestitate, integritate și credibilitate la locul de muncă.</p> <p>Ct.4. Asigură orientarea către client, demonstrează competență interculturală.</p> <p>R.Î.4.1. Absolventul IMIT este capabil să selecteze cele mai adecvate căi de comunicare când interacționează cu clienții, oferă consiliere, vinde produse sau servicii sau procesează reclamații.</p> <p>R.Î.4.2. Absolventul IMIT este capabil să înțeleagă diferite moduri de comunicare verbală și non-verbală a sentimentelor și simțurilor.</p> <p>R.Î.4.3. Absolventul IMIT dă dovadă de toleranță și de apreciere față de diferitele valori și norme deținute de persoane și culturi diferite.</p>
--	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea noțiunilor specifice psihologiei consumatorului de servicii turistice. • Însușirea noțiunilor specifice cercetării de piață legate de comportamentul consumatorului de servicii turistice.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Explicarea și însușirea conceptelor cheie specifice psihologiei consumatorului de servicii turistice și utilizarea acestora în explicarea comportamentului acestuia. • Explicarea și însușirea conceptelor specifice psihologiei consumatorului de servicii turistice și conceperea de modele psihografice de segmentare a pieței turistice. • Realizarea de profil de consumator de servicii turistice. • Explicarea și însușirea conceptelor cheie specifice psihologiei angajatului în domeniul turismului și ospitalității și utilizarea acestora în explicarea comportamentului acestuia. • Realizarea de profil de angajat în domeniul turismului și ospitalității.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Personalitatea consumatorului/ angajatului în turism și comportamentul acestuia Introversie-extraversie Stabilitate emoțională-nevrotism Modelul Big Five	Prelegere și dezbateri	6	
Diferențe de gen/Stereotipuri de gen	Prelegere și dezbateri	2	
Munca intensiv emoțională – strategii de coping	Prelegere și dezbateri	2	
Tipare de atașament transpuse în comportamentul consumatorului/ angajatului în turism Atașament securizant/nesecurizant	Prelegere și dezbateri	4	
Psihologia alimentației umane	Prelegere și dezbateri	2	
Tulburări de personalitate și comportamentul consumatorului/ angajatului în turism	Prelegere și dezbateri	2	
Gestionarea emoțiilor în relația angajat/consumator	Prelegere și dezbateri	4	
Animația în turism – profil al animatorului	Prelegere și dezbateri	2	
Segmenetare psihografică	Prelegere și dezbateri	2	
Inteligența și importanța acesteia în industria turismului Inteligența umană Inteligența emoțională	Prelegere și dezbateri	2	
Bibliografie Ghita-Pirnuta O-A, Cismaru L. Developing the Emotional Intelligence of Millennial Students: A Teaching Strategy. <i>Sustainability</i> . 2022; 14(21):13890. https://doi.org/10.3390/su142113890 Horner, S, Swarbrooke, J, Consumer behaviour in tourism, Elsevier, 2007 Dobre, C., Comportamentul consumatorului și practica de marketing, Ed. Mirton, Timișoara, 2005 Serbănică, D, Relații publice, Biblioteca digitală ASE București Crăciun, D, Etica în afaceri, Biblioteca digitală ASE București Sung Chon, K, Pizam, A, Mansfeld, Y, Consumer Behavior in Travel and Tourism, Routledge, 2012 Colectiv - Lefter C-tin (coord.), Marketing, vol.I si II, Ed.Universitatii Transilvania, Brasov, 2006 Benckendorff, P., Moscardo, G., Pendergast, D., Tourism and Generation Y, CABI, 2010 Nykiel, R., Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism, Psychology Press, 2007			
8.2 Seminar	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Tematica va urma conținuturile de la orele de curs, astfel cum au fost prezentate mai sus, urmărind exemplificarea suplimentară a noțiunilor de teorie predate, precum și aprofundarea unor concepte cheie predate la curs. În cazul unor teme parcurse, studenții vor realiza	Teme de lucru, autestare, discuție	28	

autestarea psihologică pe dimensiunile de personalitate predate			
<p>Bibliografie</p> <p>Researchcentral.ro (teste, articole, interpretare)</p> <p>Sloan, D., Leith, P. Culinary taste. Consumer behaviour in the international restaurant sector. Elsevier, 2004.</p> <p>Chiriacescu, A, Comunicare interumana. Comunicare in afaceri. Negociere, Biblioteca digitală ASE București.</p> <p>Nykiel, R., Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism, Psychology Press, 2007.</p>			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

<p>Înțelegerea corectă a aspectelor legate de psihologia consumatorului, precum și cunoașterea aspectelor psihologice legate de diferențele de gen conferă un avantaj competitiv real absolvenților programului de studiu, oferind posibilitatea raportării corecte și complexe la profilul și nevoile specifice ale consumatorului, în funcție de diversi indicatori de personalitate/tipar de atașament. Posibilitatea realizării unor modele de segmentare psihografică este de un real folos absolvenților în prezentul context socio-cultural, de o complexitate crescândă, în care modelele clasice de segmentare, cu variabile demografice sunt perimate.</p> <p>Autotestarea inclusă în cadrul orelor de seminar asigură absolvenților un grad ridicat și complex de autocunoaștere, astfel încât aceștia se pot raporta la piața muncii în mod corect, fiind în măsură să caute și să aleagă munci potrivite propriului profil de personalitate, abilităților și competențelor proprii, contribuind la sporirea gradului de satisfacție cu munca, dar și de satisfacție a angajatorilor privind calitatea muncii prestate de către absolvenți.</p>			
---	--	--	--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Însușirea corectă a conceptelor teoretice de psihologie a consumatorului și utilizarea adecvată a acestora în contexte specifice turismului	Examen oral	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Însușirea corectă a conceptelor teoretice de psihologie a consumatorului și utilizarea adecvată a acestora în contexte specifice turismului	Evaluarea temelor aplicative de seminar predate în formă scrisă	50%
	Autotestare	Evaluarea corectitudinii autoaplicării testelor utilizate la seminar	
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Autoaplicarea testelor utilizate la seminar;• Însușirea corectă a noțiunilor teoretice legate de psihologia consumatorului.• Utilizarea corectă a a noțiunilor teoretice legate de psihologia consumatorului în domeniul turismului.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 12.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 12.09.2024.

Prof.dr.ing. Vasile PĂDUREANU, Decan	Conf.dr.ing. Cristina Maria CANJA, Director de departament
---	---

Conf.dr.psih. Laura CISMARU, Titular de curs	Conf.dr.psih. Laura CISMARU, Titular de seminar
---	--

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).