

## 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 <sup>1)</sup>	Inginerie și management
1.5 Ciclul de studii <sup>2)</sup>	Licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Inginerie și management în industria turismului/Inginer

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului							
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.ing Cristina-Maria CANJA							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Conf.dr.ing Cristina-Maria CANJA							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut <sup>3)</sup>	DS
							Obligativitate <sup>4)</sup>	DFc

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					
Examinări					3
Alte activități					
3.7 Total ore de activitate a studentului	33				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite <sup>5)</sup>	3				

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

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>nu este cazul</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>legislație în industria alimentară</li> </ul>

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

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>sală de curs prevăzută cu mijloace moderne și complete de comunicare.</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>laborator dotat cu videoproiector, conexiune la internet, planșe.</li> </ul>

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

Competențe profesionale	<p><b>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.</b></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><b>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.</b></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><b>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.</b></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><b>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.</b></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><b>Ct.1. Lucrează în echipe, urmărește viziunea organizației, demonstrează abilități organizatorice.</b></p> <p>R.Î.1.1. Absolventul IMIT este capabil să lucreze cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și 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><b>Ct.2. Gândește critic, promovează creativitatea în gândire, demonstrează gândire holistică, demonstrează spirit antreprenorial.</b></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.2.1. Absolventul IMIT este capabil să identifice idei noi sau le combină pe cele existente pentru a dezvolta soluții inovatoare și noi.</p> <p>R.Î.2.3. Absolventul IMIT este capabil să dezvolte o întreprindere proprie, identificând și urmărind oportunitățile și mobilizând resursele, ținând cont de perspectiva unei rentabilități.</p> <p><b>Ct.3. Gestionează evoluția personală, dă dovadă de dorință de învățare, își asumă responsabilitatea.</b></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><b>Ct.4. Asigură orientarea către client, demonstrează competență interculturală.</b></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> <p><b>Ct.5. Adoptă modalități de reducere a poluării, adoptă modalități de reducere a impactului negativ al consumului, îi implică pe ceilalți în comportamente favorabile mediului</b></p> <p>R.Î.5.1. Absolventul IMIT este capabil să aplice măsuri de reducere a poluării aerului, a zgomotului, a luminii, a apei sau a mediului, de exemplu prin utilizarea transportului public, prin evitarea generării de deșeuri în mediul natural și prin reducerea emisiilor inutile de lumină și zgomot, în special în timpul nopții.</p> <p>R.Î.5.2. Absolventul IMIT este capabil să aplice practicile de lucru durabile din punct de vedere ecologic.</p> <p>R.Î.5.3. Absolventul IMIT este capabil să respecte programele de colectare pentru reciclare.</p> <p>R.Î.5.4. Absolventul IMIT este capabil să ofere informații despre și promovează comportamente ecologice în cadrul rețelelor sociale și la locul de muncă.</p> <p>R.Î.5.5. Absolventul IMIT este capabil să se implice în comportamente care contribuie la menținerea unor ecosisteme stabile.</p>
-------------------------	--

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor teoriilor subsumate domeniului comportamentului consumatorilor și recunoașterea lor în practică.</li> <li>• Capacitatea de a reda și analiza critic conceptele importante specifice comportamentului consumatorului și de a explica necesitatea aplicării strategiilor de modelare a comportamentului consumatorului.</li> <li>• Interpretarea noțiunii teoriei motivației, resorturile motivaționale ale comportamentului de consum.</li> <li>• Principalele scheme și modele ale comportamentului consumatorului existente în literatura de specialitate;</li> <li>• Înțelegerea motivelor care conduc la efectuarea/neefectuarea actului de cumpărare.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea factorilor interni și externi care exercită o influență determinantă asupra comportamentului de cumpărare al indivizilor.</li> <li>• Înțelegerea modului de utilizare a instrumentelor și tehnicilor specifice măsurării comportamentului consumatorului.</li> <li>• Explicarea legăturilor existente între comportamentul consumatorului și stilul de viață. Comportamentul consumatorului și valoarea capitalizată în marcă.</li> <li>• Analiza studiilor comportamentale efectuate pe piața produselor alimentare și a băuturilor alcoolice.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Introducere în comportamentul consumatorului. Disciplinele care contribuie la conturarea domeniului. Principalele perspective teoretice asupra domeniului.	Prelegerea, explicația și conversația	4	
Factorii ce influențează comportamentul consumatorului. Caracterul interdisciplinar al psihologiei consumatorului.	Prelegerea, explicația și conversația	2	
Resorturi și teorii motivaționale ale comportamentului de consum	Prelegerea, explicația și conversația	2	
Segmentarea consumatorilor	Prelegerea, explicația și conversația	2	
Decizia de cumpărare și etapele procesului decizional.	Prelegerea, explicația și conversația	2	
Cunoașterea consumatorului ca element esențial în realizarea unei strategii de marketing.	Prelegerea, explicația și conversația	4	
Sisteme ad-hoc de măsurare a valorilor (tipologia VALS)	Prelegerea, explicația și conversația	2	
Consumatorul și consumerismul	Prelegerea, explicația și	2	

	conversația		
Loialitatea consumatorului față de marcă. Diferențele dintre conceptele de „brand” și „lovemark”	Prelegerea, explicația și conversația	4	
Comportamentul consumatorului în mediul online: oportunități și dificultăți la nivelul cunoașterii și persuadării consumatorului	Prelegerea, explicația și conversația	4	
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Blythe, J. – Comportamentul consumatorului, Ed. Teora, București, 1998;</li> <li>2. Cătoi, I., Teodorescu, N. Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2007;</li> <li>3. Datculescu, Petre, Cercetarea de marketing, Ed. Brandbuilders, București, 2007;</li> <li>4. Iliescu, Dragoș, Petre, Dan, Psihologia reclamei și a consumatorului, Editura Comunicare.ro, București, 2010</li> <li>5. Kotler, Ph. – Managementul marketingului, Ed. Teora, București, 2007;</li> <li>6. Lindstrom, Martin, Buyology: adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm, Editura Publică, București, 2010;</li> <li>7. Smith, A. (2019). <i>Consumer behaviour and analytics</i>. Routledge.</li> <li>8. Wilkie, W. L. – Consumer Behavior, 2nd edition, John Wiley &amp; Sons, New York, 1990.</li> </ol>			
8.2 Seminar/ laborator	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Factorii de influență sociali asupra comportamentului consumatorului.	Studiu de caz, discuții.	2	
Studii de caz: studiul motivațiilor și percepțiilor, învățarea și teoriile motivaționale. Testarea personalității și a psihicului uman.	Studiu de caz, discuții.	2	
Analiza segmentării consumatorilor și fidelizarea consumatorilor.	Studiu de caz, discuții.	2	
Factori de influență economici asupra cererii /Aplicație: Coeficientul de elasticitate al cererii în funcție de venit și preț.	Studiu de caz, discuții.	2	
Influențe de natură endogenă și exogenă asupra comportamentului consumatorului.	Studiu de caz, discuții.	2	
Proiectarea studierii comportamentului consumatorului.	Studiu de caz, discuții.	2	
Instrumente fundamentale ale cercetării calitative.	Studiu de caz, discuții.	2	
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Caslione, John A., Kotler, Philip, Chaotics: managementul și marketingul în era turbulențelor, Editura Publica, București, 2009;</li> <li>2. Gueguen Nicolas – Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum – Ed. Polirom, 2006;</li> <li>3. Hill, Dan, Emotionomics. Cum să câștigi mințile și inimile oamenilor, Editura Publica, București, 2010.</li> </ol>			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țara și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri, atât cu reprezentanți ai mediului de afaceri, cât și cu cadre didactice cu experiență în domeniu.

## 10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Capacitatea de a înțelege, de a explica în mod aprofundat și de a aplica în mod practic cunoștințele dobândite de-a lungul semestrului.		
	Examen final	Scris și oral	80%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Implicare în activitățile de seminar. Realizarea unui proiect de echipă.	Lucrare seminar	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Pentru a obține notă la laborator studenții trebuie să realizeze un proiect ce constă într-o analiză a motivației și procesului decizional față de diferite branduri.			

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

<b>Prof.dr.ing Vasile PĂDUREANU,</b> <b>Decan</b>	<b>Conf.dr.ing Cristina-Maria CANJA,</b> <b>Director de departament</b>
<b>Conf.dr.ing Cristina-Maria CANJA,</b> <b>Titular de curs</b>	<b>Conf.dr.ing Cristina-Maria CANJA,</b> <b>Titular de seminar/ laborator/ proiect</b>

Notă:

<sup>1)</sup> 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);

<sup>2)</sup> Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;

- <sup>3)</sup> 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;
- <sup>4)</sup> Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- <sup>5)</sup> Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).