

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei	COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI			
-----------------------	--------------------------------------	--	--	--

Codul disciplinei	ECTS313	Semestrul	I	Numărul de credite	5
-------------------	---------	-----------	---	--------------------	---

Facultatea	DE ȘTIINȚE ECONOMICE	Numărul orelor pe semestru/activități				
Domeniul de licență	ADMINISTRAREA AFACERILOR	Total	SI	TC	AT	AA
Programul de studii de licență	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR	56	28	20	8	-

Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, complementară, domeniu, specialitate)	DISCIPLINĂ DE DOMENIU
Tipul disciplinei (impusă, opțională, facultativă)	IMPUSĂ

Discipline anterioare	Condiționate	MARKETING
	Recomandate	CERCETĂRI DE MARKETING, MARKETING

Obiectivele disciplinei	<p>Obiectivul disciplinei constă în furnizarea către studenți a principalelor informații legate de comportamentul consumatorului, de mecanismul luării deciziei de cumpărare, de factorii de influență ai acestui comportament.</p>
Conținutul activităților (SI, AT, TC, AA)	<p>1. Studiul individual prin materiale specifice ID</p> <p>Modulul 1: Noțiunea și dimensiunile comportamentului consumatorului: definiția conceptului de comportament al consumatorului, principalele dimensiuni care duc la manifestarea unui anumit comportament</p> <p>Modulul 2: Teorii fundamentale și modele globale privitoare la comportamentul consumatorului: modelul marshallian, modelul freudian, modelul veblenian, modelul hobbesian, modelul pavlovian</p> <p>Modulul 3: Procesul decizional de cumpărare: anatomia și tipologia deciziilor de cumpărare</p> <p>Modulul 4: Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului: factori demografici, factori economici, factori specifici mixului de marketing, factori situaționali</p> <p>Modulul 5: Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului: percepția, învățarea, atitudinea, motivația, personalitatea</p> <p>Modulul 6: Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului: familia, clasa socială, cultura, subcultura</p> <p>2. Activități tutoriale și lucrări de verificare</p> <p>Studii de caz</p> <p>Aplicații practice</p> <p>Teste de autocontrol</p> <p>Teme de discuție/eseu</p> <p>3. Activități asistate -</p>

Forma de evaluare finală (E – examen, C – colocviu/test final, LP – lucrări practice)		E
Stabilirea notei finale (procente)	- evaluare finală	80 %
	- activități asistate /laborator/lucrări practice/proiect etc.	

	- teste pe parcursul semestrului	
	- lucrări de verificare	20 %
Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)	Comportamentul consumatorului - Suport de curs, ediția 2015	
Bibliografia recomandată	<ol style="list-style-type: none"> 1. Balaure, V., ș.a., Marketing, Ed. Uranus, Bucuresti, 2006 2. Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Ed. Teora, București, 1998 3. Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2003 4. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Ed. Teora, București, 2006 5. Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Consumer behaviour, Forth Worth TX Dryden Press, 1995 6. Muntean A., Comportamentul consumatorului – note de curs, Seria Didactica a Universității ”1 decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015 	

Coordonator de disciplină	Grad didactic, titlu, nume și prenume	Semnătura
	Conf.univ.dr. Muntean Andreea	

Legenda: SI – studiu individual, TC – teme de control, AT – activități tutoriale, AA – activități asistate