

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

STRUCTURA

Programul de studii	CEPA
<i>Anul de studii</i>	II
<i>Semestrul</i>	3
<i>Regimul disciplinei</i>	DO
<i>Numărul total de ore pe săptămână</i>	Curs – 2 ore; S – 2 ore
<i>Numărul total de ore conform planului de învățământ</i>	Curs – 28 ore; S – 28 ore
<i>Numărul de credite transferabile</i>	4

OBIECTIVELE DISCIPLINEI

Cunoașterea factorilor, rolului acestora și a condițiilor care influențează consumul și preferințele consumatorilor.

Cunoașterea tipologiei umane în special a comportamentului consumatorului.

Evidențierea factorilor care influențează alegerea produselor în procesul de cumpărare, factori care au un rol hotărâtor în generarea strategiilor de achiziționare.

CONȚINUTUL DISCIPLINEI

CURS	Nr. ore
Capitolul 1 - Introducere în comportamentul consumatorului	2
Capitolul 2 - Comportamentul consumatorului - sau modul în care oamenii cumpără și utilizează bunuri și servicii	4
Capitolul 3 - Comportamentul consumatorului de produse alimentare	4
Capitolul 4 - Comportamentul consumatorului în marketing - tipare, tipuri, segmentare	8
Capitolul 5 - Psihologia consumatorului	3
Capitolul 6 - Neuroștiința consumatorului / neuromarketing	3
Capitolul 7 - Studierea comportamentului consumatorului într-un context online: Impactul evoluției World Wide Web pentru noi căi de cercetare	4

LUCRĂRI PRACTICE S	Nr. ore
1. Dinamica comportamentului consumatorului de-a lungul timpului	6
2. Metode de investigare a comportamentului consumatorului 2.1. Prezentarea metodologiei sondajelor și crearea de chestionare 2.2. Crearea de chestionare online 2.3. Focus grupul 2.4. Analiza SWOT	16
3. Studii de caz – chestionare privind comportamentul consumatorului	6

BIBLIOGRAFIE

- Botezat, E.-A., & Malancea, I. (2017). *Bazele marketingului*. București: EdituraEconomică.
- Brussow, H., 2007, *The Quest for Food*, Springer
- Dafinoiu, I., 2002, Personalitatea. Metode calitative de abordare.Observația și Interviuul, Polirom, Iași
- Dumitru, G.B. (2013) Impactul promoțiilor asupra comportamentului consumatorului, preluat de pe: <https://www.slideshare.net/BiancaDumitriu/document-dizertatie-pdf>
- Giese, J. L.; Cote J. A. (2002) *Defining Consumer Satisfaction*. Washington State University
- Gijsbrechts, E. (1993). *Prices and pricing research in consumer marketing: some recent developments*. International Journal of Research in Marketing 10, 115–153.
- Grunert, K. (2006). *Marketing Parameters and their Influence on Consumer Food Choice*. Preluat de pe: https://www.researchgate.net/publication/260583223_Marketing_parameters_and_their_influence_on_consumer_food_ch0ice

8. Logue, A.W., 1991, The Psychology of eating and drinking, Ed. Freeman and Company, New York
9. Meiselman H.L., 2000, Dimensions of the meal, Aspen Publication
10. Ollila, E. (2003) Global Health-Related Public Private Partnerships and the United Nations. Globalism and Social Policy Programme website, www.gasp.org (accessed 11 June 2004).
11. Quinn, R.-B.M. (2004) Children's Advertising Code: Phase Two Consultation Document Review of Adult Submissions Received. Broadcasting Commission of Ireland, Dublin
12. Niculescu, N., 1983, Cererea alimentară, Ed.Ceres, București.
13. Oancea, C., 2002, Tehnici de sfătuire/consiliere, Editura Medicală, București

EVALUARE

Tip de activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală %
Curs	Asimilarea corectă a noțiunilor predate; O înțelegere de ansamblu a importanței disciplinei studiate și a înțelegerii legăturii cu celelalte discipline studiate; Coerența logică; Gradul de asimilare a limbajului de specialitate; Criterii ce vizează aspecte atitudinale (conștiinciozitate, interesul pentru studiu individual), prin participare activă la curs.	Realizarea unui studiu de caz privind investigarea comportamentului consumatorului - prezentare PPT-	60%
S	Capacitatea de aplicare în practică a noțiunilor prezentate la laborator; Criterii ce vizează aspecte atitudinale (interesul pentru pregătirea individuală, seriozitatea în abordarea problemelor), prin participare activă la curs.	Realizarea unui chestionar. Participare activă la seminarii.	30% 10%

Titularul activităților de curs: Șef lucr.dr. Defta Nicoleta

Titularul activităților de lucrări practice S: Șef lucr.dr. Defta Nicoleta