



FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2023-2024

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licenta
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Administrarea Afacerilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului						
2.2. Codul disciplinei	ILR0040						
2.3. Titularul activităților de curs	Asist. dr. Daniel Malutan						
2.4. Titularul activităților de seminar	Asist. dr. Daniel Malutan						
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul disciplinei	Optională

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	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36	Din care: 3.5. curs	24	3.6. seminar	12
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					9
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					8
Pregătirea examenului final					8
3.7. Total ore studiu individual					35
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	

6. Competențele specifice acumulate



Competențe profesionale	C1.2. Explicarea și interpretarea relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației
Competențe transversale	CT1-Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	Cursul urmărește să le ofere studenților informațiile fundamentale de care au nevoie în afaceri cu privire la comportamentul consumatorului: utilitatea și necesitatea studiului acestuia, factorii care influențează comportamentul consumatorului, analiza procesului decizional, aspecte legate de drepturile și protecția consumatorilor, precum și de abordarea comportamentului consumatorului în contextul dezvoltării durabile
7.2. Obiectivele specifice	Prezentarea și analiza factorilor care influențează comportamentul consumatorului Prezentarea și analiza procesului decizional al consumatorului Înțelegerea și interpretarea interdependenței consumatorului – mediu natural

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comportamentul consumatorului în cadrul marketingului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Introducere în comportamentul consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Factori care influențează comportamentul consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	8 ore
Procesul adoptării deciziei de cumpărare	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	4 ore
Cercetarea comportamentului consumatorului	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	4 ore
Consumerismul și responsabilitatea socială Consumatorul și mediul natural	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore
Sinteza notiunilor prezentate	expunere interactivă, prezentare cu videoproiector, implicarea studenților prin discutarea unor teme aplicative de rezolvat pe parcursul semestrului	2 ore



Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">1. Beckwith, H. (2007), <i>Ce doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii</i>, Ed. Polirom, Iași.2. Blythe, J. (1998), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Teora, București.3. Catoiu, I., Teodorescu, N. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Economica, București.4. Danciu, V. (2006), <i>Marketing ecologic. Etica verde a producției și consumului</i>, Ed. Econoică, București.5. Dawson, R. (2006), <i>Secretele persuasiunii. Cum să vinzi orice oricui</i>, Ed. Polirom, Iași.6. Gherasim, N., Lazăr, D., Mureșan, A., Nistor, V., Paina, N., Plăiaș, I., Pop, M., Pop, M., Szego, I., Vorzak, A. (2002), <i>Bazele marketingului</i>, Ed. Presa Universitara Clujeana, Cluj-Napoca.7. Gueguen, N. (2006), <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum</i>, Ed. Polirom, Iași.8. Kotler, Ph. (1997), <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, București.9. Mihaș, I., Pop, M. (1996), <i>Comportamentul consumatorului și managementul ofertei</i>, Ed. Dacia, Cluj-Napoca10. Petrescu, D. C. (2011), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Mega, Cluj-Napoca11. Pânișoară G., Pânișoară I.-O. (2005), <i>Motivarea eficientă. Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iași.12. Petrescu, D. C. (2002), <i>Creativitate și investigare în publicitate</i>, Cluj-Napoca, Ed. Carpatica.13. Plăiaș, I. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Intelcredo, Deva.14. Plăiaș, I. (2005), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Cluj-Napoca.15. Schiffman, L. G., Wisenblit, J (2019) <i>Cosumer Behavior</i>, Global Edition, 12th ed, Pearson.16. Solomon, M. R. (2020) <i>Consumer Behavior: buying, having, and being</i>, Global Edition, 13th ed, Pearson.17. Stanciu, S. (2001), <i>Bazele generale ale marketingului</i>, Universitatea din București.18. Stanciu, S. (2002), <i>Marketing general. Particularitati în organizații non-profit</i>, Ed. Dareco, București.
--------------	---

8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
	Comportamentul consumatorului în cadrul marketingului	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
	Introducere în comportamentul consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
	Factori care influențează comportamentul consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	4 ore
	Procesul adoptării deciziei de cumpărare	Exemplificare, analiza, studii de caz	2 ore
	Cercetarea comportamentului consumatorului	Exemplificare, analiza, studii de caz	2 ore
	Consumerismul și responsabilitatea socială Consumatorul și mediul natural	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
	Sinteza notiunilor prezentate	Exemplificare, analiza, studii de caz	1 ora
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">1. Beckwith, H. (2007), <i>Ce doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii</i>, Ed. Polirom, Iași.2. Blythe, J. (1998), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Teora, București.3. Catoiu, I., Teodorescu, N. (1997), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Ed. Economica, București.		



4. Danciu, V. (2006), *Marketing ecologic. Etica verde a producției și consumului*, Ed. Econoică, București.
5. Dawson, R. (2006), *Secretele persuasiunii. Cum să vinzi orice oricui*, Ed. Polirom, Iași.
6. Gherasim, N., Lazăr, D., Mureșan, A., Nistor, V., Paina, N., Plăiaș, I., Pop, M., Pop, M., Szego, I., Vorzak, A. (2002), *Bazele marketingului*, Ed. Presa Universitara Clujeana, Cluj-Napoca.
7. Gueguen, N. (2006), *Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum*, Ed. Polirom, Iași.
8. Kotler, Ph. (1997), *Managementul marketingului*, Ed. Teora, București.
9. Mișuț, I., Pop, M. (1996), *Comportamentul consumatorului și managementul ofertei*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca
10. Petrescu, D. C. (2011), *Comportamentul consumatorului*, Ed. Mega, Cluj-Napoca
11. Pănișoară G., Pănișoară I.-O. (2005), *Motivarea eficientă. Ghid practic*, Ed. Polirom, Iași.
12. Petrescu, D. C. (2002), *Creativitate și investigare în publicitate*, Cluj-Napoca, Ed. Carpatica.
13. Plăiaș, I. (1997), *Comportamentul consumatorului*, Ed. Intelcredo, Deva.
14. Plăiaș, I. (2005), *Comportamentul consumatorului*, Cluj-Napoca.
15. Schiffman, L. G., Wisenblit, J (2019) *Cosumer Behavior*, Global Edition, 12th ed, Pearson.
16. Solomon, M. R. (2020) *Consumer Behavior: buying, having, and being*, Global Edition, 13th ed, Pearson.
17. Stanciu, S. (2001), *Bazele generale ale marketingului*, Universitatea din București.
18. Stanciu, S. (2002), *Marketing general. Particularitati în organizații non-profit*, Ed. Dareco, Bucuresti.

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 țară și străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea notiunilor teoretice prezentate Utilizarea corectă în practica a teoriei	Examen final Participarea la examen se face în baza programării la o anumită dată de examen. Participarea trebuie să fie comunicată titularilor de curs și seminar în forma și la termenul stabilite de aceștia.	60%
10.5 Seminar/ laborator	Rezolvarea corectă a exercițiilor, studiilor de caz, proiectelor și prezentare	Teste pe parcurs, proiecte	40%
10.6. Standard minim de performanță			
Cunoașterea notiunilor teoretice de baza prezentate Utilizarea corectă în practica a teoriei în exerciții/studii de caz simple Interpretarea economică a rezultatelor obținute.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

29.09.2023

Asist. dr. Daniel Malutan

Asist. dr. Daniel Malutan



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
BABEȘ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITÁT
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY
TRADITIO ET EXCELLENTIA

FACULTATEA DE
BUSINESS
IN PARTNERSHIP
Facultatea de Business

Str. Horea nr.7
Cluj-Napoca, 400174
Tel.: 0264599170
Fax: 0264590110
E-mail: secretariat.tbs@ubbcluj.ro
Site: tbs.ubbcluj.ro

Data avizării în departament

11.10.2023

Semnătura directorului de departament

Conf. dr. Marius Bota

