

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica din Timisoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale comunicării
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licenta
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.Crisanta-Alina Mazilescu						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf.dr.Crisanta-Alina Mazilescu						
2.4 Anul de studiu ⁶	3	2.5 Semestrul	6	2.6 Tipul de evaluare		2.7 Regimul disciplinei	S

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/laborator/ proiect/practică	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	, din care:	3.5 curs	21	3.6 activități aplicative	21
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei						ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						10
Tutoriat						3
Examinări						2
Alte activități						
Total ore activități individuale						40
3.8 Total ore pe semestru ⁷	82					
3.9 Numărul de credite	5					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Discipline recomandate: Marketing, Management general
4.2 de competențe	• Nu e cazul

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

³ Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴ Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

⁵ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶ Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷ Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare, Materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Sală mica sau medie, Materiale suport: laptop, proiector, tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	<ul style="list-style-type: none">C2.Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)C3.Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publiceC4.Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">Urmărește achiziționarea teoriilor referitoare la analiza comportamentului consumatorilor și dezvoltarea competențelor de analiză și cercetare a segmentelor de clienți, în scopul luării unor decizii strategice la nivelul companiilor;
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">Să utilizeze corect conceptele cheie, teoriile majore ale comportamentului consumatorului, dar și limitele acestora;Să identifice implicațiile strategice ale comportamentului consumatorilor în marketing;Să comunice corect, atât oral cât și în scris, în domeniul comportamentului consumatorului;Să cerceteze comportamentul consumatorilor;Să justifice influența psihologiei, macroeconomiei, microeconomiei, sociologiei, antropologiei culturale, istoriei, demografiei în comportamentul consumatorilor;Să manifeste respect pentru ceilalți, etica, responsabilitate.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1.Comportamentul consumatorului; aspecte introductive	2	Prelegeri susținute de prezentări ppt și/sau harti conceptuale,
2. Factori care influențează comportamentul consumatorului: Factori psihologici	2	

⁸ Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

2.1. Nevoi, motivatii, perceptii		chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea
2.2. Atitudini, invatare si memorare	2	
2.3. Personalitate si imagine de sine	2	
3. Factori care influenteaza comportamentul consumatorului: Factori sociologici: familia, ciclul de viata, norme sociale, clase sociale, stil de viata, cultura, etc.	2	
5. Procesul de decizie. Modelarea comportamentului consumatorului	2	
6. Noi consumatori – nevoi si tendinte in schimbare	2	
Bibliografie ⁹ Ladwein, R. (2003). Le comportement du consommateur et de l'acheteur, Paris : Edition Economica Mazilescu, C.A. (2014). Comportamentul consumatorului – note de curs (format electronic)		
8.2 Activități aplicative¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
Aspecte metodologice ale cercetării comportamentului consumatorului; Stabilirea proiectelor de cercetare: proiecte de grup	2	metode interactive de grup, metode de stimulare a creativității, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz
Influenta publicitatii asupra comportamentului consumatorilor - studiu de caz publicitatea subliminala	2	
Studii si cercetari in comportamentul consumatorului de media (sub 18 ani). Prezentarea cercetarilor studentilor	2	
Comportamentul consumatorului de internet. Prezentarea cercetarilor studentilor	2	
Comportamentul consumatorului social responsabil. Prezentarea cercetarilor studentilor	2	
Comportamentul consumatorului din Romania. Prezentarea cercetarilor studentilor	2	
Comportamentul consumatorului de lux. Recapitulari, recuperari si discutii pe baza materialelor pregatite de studenti	2	

⁹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

¹⁰ Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

Bibliografie¹¹ D'Astous, A., Balloffet, P., Daghfous, N., Boulaire, C. (2006). Comportement du consommateur, Chenelière/McGraw-Hill

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

•

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunostintele din aria cursului	Examen scris – chestionar cu alegere multipla	50%
10.5 Activități aplicative	S: - realizarea si prezentarea proiectelor de grup -implicare in activitatile de seminar	Analiza documentelor si a prezentarilor publice Participarea la seminar	40% 10%
	L:		
	P:		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
• Nota minimă pentru promovare este 5, atat pentru curs cat si pentru seminar. Pentru obținerea notei de promovare la partea de curs, studentii trebuie sa realizeze corect 45% din itemii testului de cunoștințe. Pentru seminar, studenții trebuie să obțină minim nota 5 la cercetarea realizata.			

Data completării

01.10.2014

Titular de curs

(semnătura)

.....

Titular activități aplicative

(semnătura)

.....

Director de departament

(semnătura)

Data avizării în Consiliul Facultății¹²

27.10.2014

Decan

(semnătura)

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹² Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.

.....

.....