



Nr. \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_

Formular USAMV 0703040103

### FIȘA DISCIPLINEI

#### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea	Știința și Tehnologia Alimentelor
1.3. Departamentul	Ingineria produselor alimentare
1.4. Domeniul de studii	Ingineria Produselor Alimentare
1.5. Ciclul de studii <sup>1)</sup>	Ciclul 1. Studii universitare de licență
1.6. Specializarea/ Programul de studii	Ingineria produselor alimentare
1.7. Forma de învățământ	IF

#### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului							
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Teodora Emilia Coldea							
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Asist. univ. dr. Gheorghe-Adrian Martău							
2.4. Anul de studiu	IV	2.5. Semestrul	VII	2.6. Tipul de evaluare	Continuă	2.7. Regimul disciplinei	Continut <sup>2)</sup>	DS
							Obligativitate <sup>3)</sup>	DI

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	2	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar	1
3.2. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar	14
<b>Distribuția fondului de timp</b>					ore
3.2.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
3.2.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
3.2.3. Pregătire seminar/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
3.2.4. Tutoriala					5
3.2.5. Examinări					2
3.2.6. Alte activități					
3.3. Total ore studiu individual	47				
3.4. Total ore pe semestru	75				
3.5. Numărul de credite <sup>4)</sup>	3				

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

4.1. de curriculum	Informatică aplicată
4.2. de competențe	Abilități practice de utilizare a programelor Microsoft Word, Excel, Power Point

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

5.1. de desfășurare a cursului	- Suport curs în format electronic (pptx), conf. Teodora Coldea - Suport logistic: videoprojector, calculator; - Participarea la minimum 50% din cursuri este condiție pentru participarea la examen.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	- Suport logistic: videoprojector, tablă; - În cazul activității didactice desfășurate online, metodele de predare vor fi adaptate.



## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C2. Analizează procese de producție în vederea îmbunătățirii.
Competențe transversale	

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea și aplicarea cunoștințelor referitoare la comportamentul consumatorului.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea noțiunilor referitoare la comportamentul consumatorului la alegerea unui produs alimentar</li> <li>- Cunoașterea importanței comportamentului consumatorului în dezvoltarea de noi produse.</li> <li>- Înțelegerea modului și motivele din spatele alegerilor pe care le fac consumatorii</li> <li>- Înțelegerea strategiilor de persuadare, respectiv a factorilor interni și externi care pot influența procesul de luare al deciziilor</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1.CURS Număr de ore – 14	Metode de predare	Observații (1 prelegere = 2 ore)
Comportamentul consumatorului – Noțiuni introductive. Definirea comportamentului consumatorului. Necesitatea cunoașterii și înțelegerii comportamentului consumatorului.	Prelegere, Conversație euristică, Explicația	1 prelegere
Factori care influențează comportamentul consumatorului.	Prelegere, Conversație euristică, Explicația	3 prelegeri
Procesul decizional de cumpărare	Prelegere, Conversație euristică, Explicația	1 prelegere
Percepția și modelarea percepției consumatorului față de produsele noi.	Prelegere, Conversație euristică, Explicația	1 prelegere
Branding senzorial		1 prelegere
8.2. LUCRĂRI PRACTICE Număr de ore – 14	Metode de predare	Observații (1 seminar = 2 ore)
Prezentarea cerințelor aferente raportului	Prelegere, Conversație euristică, Explicația	1 seminar
Creierul și comportamentul consumatorului.	Studiu de caz	1 seminar
Factori care influențează comportamentul consumatorului.	Studiu de caz	2 seminare
Crearea unei nevoi de consum. Strategii de persuasiune a consumatorului.	Studiu de caz	2 seminare
Prezentarea raportului	Prelegere	1 seminar
<i>Bibliografie Obligatorie:</i>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Note de curs.</li> <li>2. Mircea Constantin Teodoru (2004). Comportamentul consumatorului: abordare teoretică, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.</li> <li>3. Morariu Daniela, Pizmaș Diana (2001). Comportamentul consumatorului, Ed. Bibliofor, Deva.</li> </ol>		



**Bibliografie Facultativă:**

1. Ariely, D. (2008). Predictably irrational. HarperCollins.
2. Barden, P. (2013). Decoded. The science behind why we buy. Wiley.
3. Berger, J. (2013). Contagious. Why things catch on. Simon&Schuster.
4. Berger, J. (2017). Invisible influence. The hidden force that shape behavior. Simon&Schuster
5. Berger, J. (2020). Catalyst. How to change anyone's mind. Simon&Schuster
6. Cialdini, R. (1995). Influence. The psychology of persuasion. HarperCollins
7. Editura Publică.
8. Heath, C., Heath, D. (2008). Made to stick. Some ideas survive and others die. Random House.
9. Husić-Mehmedović Melika, Kukić Slavo, Čičić Muris (2012). Consumer Behaviour. School of Economics and Business in Sarajevo.
10. Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Stratus and Giroux.
11. Lindstrom, M. (2011). Buyology. Adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm.
12. Renvoisé, P., Morin, C. (2007). Neuromarketing: Understanding the "Buy Button". Your Customer's Brain. Thomas Nelson.
13. Shiv, B., & Fedorikhin, A. (1999). Heart and Mind in Conflict: The Interplay of Affect and Cognition in Consumer Decision Making. Journal of Consumer Research, 26.
14. Solomon, M. (2017). Consumer Behavior. Buying, Having, and Being. Pearson
15. Underhill, P. (2008). Why we buy? The science of shopping. Simon&Schuster.

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

Se răspunde exigențelor de pregătire pentru un specialist competent prin gradul ridicat de aplicabilitate și de actualitate al conținutului disciplinei (identificarea nevoilor consumatorului de produse alimentare și băuturi). Planul de învățământ, precum și conținutul disciplinei este analizat periodic în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri. Ei sunt invitați periodic să dea un feed-back cu privire la conținutul disciplinei în vederea adaptării permanente la cerințelor pieței muncii.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
<b>10.1. Curs</b>	- Cunoașterea factorilor care influențează comportamentul consumatorului. - Cunoașterea procesului decizional de cumpărare	Verificare pe parcurs (VP)	50%
<b>10.2. Proiect/Laborator</b>	- Prezentarea raportului.	Colocviu (C)	50%

**10.6. Standard minim de performanță**

Curs (VP): Cunoașterea importanței și necesității înțelegerii comportamentului consumatorului. Standard minim nota 5.  
Colocviu (C): Realizarea și prezentarea raportului. Prezența 100% la seminarii este obligatorie. Standard minim nota 5.  
Nota finală = 50% VP + 50% C. Standard minim nota 5.

<sup>1</sup> Ciclu de studii- se alege una din variantele- Licența/Master/Doctorat

<sup>2</sup> Regimul disciplinei (conținut)- pentru nivelul de licența se alege una din variantele- **DF** (disciplina fundamentală), **DD** (disciplina din domeniu), **DS** (disciplina de specialitate), **DC** (disciplina complementară).

<sup>3</sup> Regimul disciplinei (obligativitate)- se alege una din variantele – **DI** (disciplina obligatorie) **DO** (disciplina opțională) **DFac** (disciplina facultativă).

<sup>4</sup> Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).



**UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA**

Calea Mănăștur 3-5, 400372, Cluj-Napoca

Tel: 0264-596.384, Fax: 0264-593.792

www.usamvcluj.ro

**Data completării**

**6.09.2024**

**Titular curs**

Conf.univ. Teodora-Emilia Coldea

**Titular lucrari laborator/seminarii**

Asist. Univ. dr. Gheorghe-Adrian Martău

**Coordonator disciplină**

Prof. dr. Elena Mudura

**Data avizării în**

**departament**

**12.09.2024**

**Director de departament**

Conf. dr. Simona Maria Man

**Data avizării în Consiliul**

**Facultății**

**27.09.2024**

**Decan**

Prof. dr. Elena Mudura