

**FIȘA DISCIPLINEI**

**Comportamentul Consumatorilor**

**Responsabili de disciplină: Maria Hămuraru, dr., conf. univ., Olga Sorocean dr. hab., prof. univ.**

**Administrarea disciplinei**

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.03.A.021	III	120	30	30	-	4	Română/ rusă
S.04.A.021	IV	120	16	8	-	4	Română/ rusă

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	<p><b>CP1</b> Cunoașterea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură economico-socială în entitățile private și publice</p> <p><b>CP 2</b> Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la problemele pieței;</p> <p><b>CP 4</b> Execuția de operațiuni și tehnici de comunicare eficiente privind creșterea vânzărilor.</p>	<p><i>de cunoaștere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A identifica și defini metode, tehnici și instrumente de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la cercetarea comportamentului consumatorilor, a tipologiei, a factorilor care-l influențează;</li> <li>A descrie metode, tehnici și instrumente de culegere, analiză a datelor referitoare la problematica mecanismului de cumpărare, a tipurilor de cumpărări și a etapelor pe care le parcurge consumatorul până la adoptarea deciziei de cumpărare;</li> </ul>
		<p><i>de aplicare:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A utiliza metode, tehnici și instrumente de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă în domeniul cercetării comportamentului consumatorului;</li> <li>A aplica tehnici de comunicare eficientă cu consumatorii în promovarea și stimularea vânzărilor entității economice și evaluarea satisfacției consumatorilor.</li> </ul>
		<p><i>de integrare:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A efectua prognoze a evoluției pieței prin anticiparea nevoilor de consum pe baza datelor acumulate, a instrumentariului adecvat și a informațiilor statistice;</li> </ul>
<b>Conținutul disciplinei</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Concepte fundamentale în studiul comportamentului consumatorului.</li> <li>Consumatorul și rolul său în sistemul de marketing.</li> <li>Factori de influență a comportamentului consumatorului. Cultura ca factor de influență a comportamentului consumatorilor.</li> <li>Clasa socială și comportamentul consumatorilor.</li> <li>Influența grupurilor de referință și factorilor personali asupra comportamentului consumatorului.</li> <li>Comportamentul de consum al familiei.</li> <li>Influențele factorilor situaționali asupra consumatorului.</li> <li>Factorii psihologici de influență a comportamentului consumatorului. Percepțiile, senzațiile și cunoștințele consumatorului.</li> <li>Motivația, stilul de viață și resursele consumatorului.</li> <li>Procesul decizional de cumpărare a consumatorilor individuali.</li> <li>Comportamentul consumatorului organizațional</li> <li>Consumerism, și responsabilitatea social-etică de marketing</li> </ol>	
<b>Evaluarea rezultatelor</b>	<p><i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin:                  2 atestări – probe scrise;                  Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual – studiu de caz, aprecierea în rezultatul participării la seminar</p> <p><i>Evaluarea finală</i> - examen scris, în baza testului instituțional care include 2 subiecte cu itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare.</p> <p><i>Nota generală</i> se va determina ca o medie ponderată în modul următor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%;</li> <li>evaluare finală – 40%</li> </ul>	

<b>Lucrul individual</b>	Studentii vor elabora un studiu de caz cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare pe anumite tematici la nivelul comportamentului consumatorului. Cerințele și termenele de elaborare și prezentare se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul V ”Lucrul individual” (poate fi accesat pe platforma e-learning <a href="http://www.moodle.usm.md">www.moodle.usm.md</a> ).
<b>Bibliografie recomandată</b>	<p>de bază (până la 4 surse):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. B. Nichifor, Comportamentul Consumatorului, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, curs electronic.</li> <li>2. Udrescu M., Nastase D., Comportamentul Consumatorilor, ed Artifex, București 2015.</li> <li>3. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с.</li> <li>4. Воронкова, О.В. Поведение потребителей: учебное пособие / О.В. Воронкова. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 84 с.</li> </ol> <p>suplimentară (până la 6 surse)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cristache N. Comportamentul Consumatorului, ed. Europlus, Galați 2010.</li> <li>2. Craciun Dan, Persuasiune si manipulare. Psihosociologie aplicata în marketing, publicitate, vânzări, Ed. Paideia, București 2009.</li> <li>3. Kotler Philip, Keller Kevin Lane, Managementul marketingului, Ediția a V-a, Ed. Teora, București, 2008.</li> <li>4. Maslow, Abraham H., Motivatie si personalitate, Ed. Trei, Bucuresti, 2008.</li> </ol>

**APROBAT**  
**la ședința departamentului EMKT**  
**din 30.08.2018**  
**Proces verbal nr. 1/18-19**

**Șef departament**  
**Maria Hămuraru, conf. univ., dr.**

