

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	[Universitatea Politehnica Timișoara]
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	[Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine]
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	[Științe ale comunicării / 40 30 60 20]
1.5 Ciclul de studii	[Licență]
1.6 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	[Comunicare și relații publice 40 30 60 20]

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁵	[Comportamentul consumatorului / DS]						
2.2 Titularul activităților de curs	[Liliana CISMARIU]						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁶	[Liliana CISMARIU]						
2.4 Anul de studii ⁷	[3]	2.5 Semestrul	[1]	2.6 Tipul de evaluare	[ED]	2.7 Regimul disciplinei ⁸	[DI]

3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate)⁹

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	[3] format din:	3.2 ore curs	[1]	3.3 ore seminar /laborator /proiect	[2]
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	[42], format din:	3.2* ore curs	[14]	3.3* ore seminar/laborator/proiect	[28]
3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână	[], format din:	3.5 ore practică	[]	3.6 ore elaborare proiect de diplomă	[]
3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru	[], format din:	3.5* ore practică	[]	3.6* ore elaborare proiect de diplomă	[]
3.7 Număr de ore activități neasistate/săptămână	[10] format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			[3]
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			[3]
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			[4]
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	[144] format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			[42]
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			[42]
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			[60]
3.8 Total ore/săptămână ¹⁰	[10]				
3.8* Total ore/semestru	[186]				
3.9 Număr de credite	[5]				

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 și cerințelor Standardelor specifice ARACIS valabile începând cu 01.10.2017.

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studii 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.140/16.03.2017 sau în HG similare actualizate anual.

⁵ Disciplina se încadrează potrivit planului de învățământ în una dintre următoarele categorii formative: disciplină fundamentală (DF), disciplină de domeniu (DD), disciplină de specialitate (DS) sau disciplina complementară (DC).

⁶ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁷ Anul de studii în care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁸ Disciplina poate avea unul din următoarele regimuri: disciplină impusă (DI), disciplină opțională (DO) sau disciplină facultativă (Df).

⁹ Numărul de ore de la rubricile 3.1*, 3.2*,...,3.8* se obțin prin înmulțirea cu 14 (săptămâni) a numărului de ore din rubricile 3.1, 3.2,...., 3.8. Informațiile din rubricile 3.1, 3.4 și 3.7 sunt chei de verificare folosite de ARACIS sub forma: (3.1)+(3.4) ≥ 28 ore/săpt. și (3.8) ≤ 40 ore/săpt.

¹⁰ Numărul total de ore / săptămână se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.1, 3.4 și 3.7.

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none">• [Noțiuni de bază din domeniul comunicării]
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none">• [Utilizarea calculatoarelor, nivel mediu• Utilizare internet]

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• [Sală dotată cu videoproiector/smartTV conexiune Internet, witheboard]
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none">• [Sală dotată cu videoproiector/smartTV conexiune Internet, witheboard]

6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

Competențe specifice	<ul style="list-style-type: none">• [Dezvoltarea competențelor de înțelegere și recunoaștere a comportamentului consumatorului cu scopul dezvoltării unei comunicări eficiente și eficace]
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	<ol style="list-style-type: none">1. <u>Cunoașterea și înțelegerea</u> unor concepte specifice:2. <u>Explicarea și interpretarea</u> comportamentului consumatorului3. <u>Instrumental – aplicative</u> de evaluare a activităților practice realizate4. <u>Atitudinale</u>, cu referire la: <ul style="list-style-type: none">• Promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice adecvate,• Manifestarea unei atitudini pozitive față de domeniul științific]
Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none">• [Dezvoltarea competențelor de identificare a oportunităților de formare continuă și utilizare, pentru propria dezvoltare, a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.)]

7. Obiectivele disciplinei (asociate competențelor de la punctul 6)

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">• [Sa utilizeze corect conceptele cheie, teoriile majore ale comportamentului consumatorului, dar și limitele acestora;• sa identifice implicațiile strategice ale comportamentului consumatorilor în marketing;• sa comunice corect, atât oral cât și în scris, în domeniul comportamentului consumatorului;• sa cerceteze comportamentul consumatorilor;• sa justifice influența psihologiei, macroeconomiei, microeconomiei, sociologiei, antropologiei culturale, istoriei, demografiei în comportamentul consumatorilor;• Sa manifeste respect pentru ceilalți, etica, responsabilitate]

8. Conținuturi¹¹

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare ¹²
[1. Comportamentul consumatorului; aspecte introductive]	[2]	[Prelegeri susținute de prezentări ppt si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea]
[2. Factori care influenteaza comportamentul consumatorului: Factori psihologici 2.1 Nevoi, motivatii, perceptii]	[2]	
[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]	
[4. Procesul de decizie. Modelarea comportamentului consumatorului]	[2]	
[5. Noi consumatori – nevoi si tendinte in schimbare]	[2]	
[]	[]	
[]	[]	
[]	[]	
[]	[]	
[]	[]	
[]	[]	
[]	[]	
[]	[]	
Bibliografie ¹³ [Iliescu, D., Petre, D. (2004). Psihologia reclamei si a consumatorului, Bucuresti: Editura Comunicare.ro Mazilescu, C.A. (2014). Comportamentul consumatorului – note de curs (format electronic)]		
8.2 Activități aplicative ¹⁴	Număr de ore	Metode de predare
[Aspecte metodologice ale cercetarii comportamentului consumatorului; Stabilirea proiectelor de cercetare: proiecte de grup si/sau individuale]	[4]	metode interactive de grup, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol]
[Influenta publicitatii asupra comportamentului consumatorilor - studii si cercetari prezentate de studenti]	[4]	
[Studii si cercetari in comportamentul consumatorului de media - studii si cercetari prezentate de studenti]	[4]	
[Comportamentul consumatorului de internet. - studii si cercetari prezentate de studenti]	[4]	
[Prezentarea cercetarilor studentilor in fata unui public academic]	[4]	[metode interactive de grup, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol]
[Comportamentul consumatorului din Romania. - studii si cercetari prezentate de studenti]	[8]	[metode interactive de grup, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol]
[]	[]	[]
[]	[]	[]
[]	[]	[]

¹¹ Se detaliază toate activitățile didactice prevăzute prin planul de învățământ (tematicile prelegerilor și ale seminariilor, lista lucrărilor de laborator, conținuturile etapelor de elaborare a proiectelor, tematica fiecărui stadiu de practică). Titlurile lucrărilor de laborator care se efectuează pe standuri vor fi însoțite de notația „(*)”.

¹² Prezentarea metodelor de predare va include și folosirea noilor tehnologii (e-mail, pagină personalizată de web, resurse în format electronic etc.).

¹³ Cel puțin un un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin un titlu trebuie să se refere la o lucrare de referință pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existentă în biblioteca UPT.

¹⁴ 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:”.

Bibliografie¹⁵ [Sutherland, M., Sylvester, A.K. (2008). De la publicitate la consumator, Editura Polirom, Iasi]

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

- [Conținutul disciplinei este perfect coroborat cu așteptările societății deoarece comportamentul consumatorului se diversifică odată cu apariția noilor tehnologii
- Cunoștințele, abilitățile și competențele dobândite în urma parcurgerii disciplinei sunt perfect coroborate cu tendințele internaționale]

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare ¹⁶	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	[realizarea și prezentarea proiectelor de grup -cunoștințele din aria cursului]	Examen scris]	[50%]
10.5 Activități aplicative	S: [-implicare în activitățile de seminar]	Prezentarea publică a proiectelor de grup Analiza critică și soluțiile oferite activităților de seminar]	[40% 10%]
	L: []	[]	[]
	P¹⁷: []	[]	[]
	Pr: []	[]	[]
10.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor ¹⁸)			
• [Nota minimă pentru promovare este 5, atât pentru curs cât și pentru seminar. Pentru obținerea notei de promovare la partea de curs, studenții trebuie să realizeze corect 45% din itemii testului de cunoștințe și să obțină minim nota 5 la studiul realizat în grup. Pentru seminar, studenții trebuie să obțină minim nota 5 la prezentarea publică a studiului de caz și să participe activ la activitățile de seminar]			

Data completării

Titular de curs
(semnătura)

Titular activități aplicative
(semnătura)

Director de departament
(semnătura)

Data avizării în Consiliul
Facultății¹⁹

Decan
(semnătura)

¹⁵ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹⁶ Fișele disciplinelor trebuie să conțină procedura de evaluare a disciplinei cu precizarea criteriilor, a metodelor și a formelor de evaluare, precum și cu precizarea ponderilor atribuite acestora în nota finală. Criteriile de evaluare se formulează în mod distinct pentru fiecare activitate prevăzută în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect). Ele se vor referi și la formele de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

¹⁷ În cazul când proiectul nu este o disciplină distinctă, în această rubrică se va preciza și modul în care rezultatul evaluării proiectului condiționează admiterea studentului la evaluarea finală din cadrul disciplinei.

¹⁸ Nu se va explica cum se acorda nota de promovare.

¹⁹ Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studii cu privire la fișa disciplinei.