

PROGRAMA ANALITICĂ

Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului
-----------------------	--------------------------------------

Codul disciplinei	I	Semestrul I, II		Numărul de credite	
-------------------	---	---------------------------	--	--------------------	--

Facultatea	FJSC
Domeniul de licență	zi
Programul de studii de licență (specializarea)	publicitate

Numărul orelor pe semestru/activități				
Total	SI	TC	AT	AA

Categoria formativă a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă	DS
Categoria de opționalitate a disciplinei: DI -impusă, DO -opțională, DL -liber aleasă (facultativă)	DI

Discipline Anterioare	Obligatorii (condiționate)	Introducere in publicitate
	Recomandate	Cercetare in publicitate

Obiective	<p>La finalul acestui curs, studentii vor fi capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sa identifice rolul diversilor factori care influenteaza comportamentul consumatorului - Sa identifice etapele specifice pe care le traverseaza consumatorii in luarea deciziei de achizitie si consum - Sa exploateze corect specificul factorilor si al etapelor in procesul de comunicare publicitara
Conținut (descriptori)	<p>Continut - teme:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rolul si continutul comportamentului consumatorului. Descriere, istoric si metode de analiza – 4 ore 2. Factori influentatori ai comportamentului consumatorului: rolul factorilor culturali, ai factorilor sociali, ai factorilor personali si psihologici – 8 ore 3. Etapele procesului decisonal: etapa identificarii nevoii, etapa strangerii informatiei, etapa evaluarii alternativelor, etapa luarii deciziei si etapa post decizionala – 10 ore 4. Orientari recente in comportamentul consumatorilor: analiza trendurilor, a comportamentului virtual si a rolului comunitatilor

	online – 6 ore
	Total ore - 28

Forma de evaluare (E-examen, C-colocviu/test final, LP-lucrări de control)		E + LP
Stabilirea notei finale (procentaje) 30% activitate la seminar/prezentare trenduri 70% test grila final	- răspunsuri la examen/colocviu/lucrări practice	Examen final tip grila
	- activități aplicative atestate/laborator/lucrări practice/proiect etc.	Prezentarea in scris a 2 trenduri (www.trendwatching.com), cu exemplificari de pe piata locala
	- teste pe parcursul semestrului	Nota finală este o medie a notelor de la testele date de-a lungul trimestrului
	- teme de control	
Bibliografia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gueguen, Nicolas (2006). Psihologia consumatorului. Factorii care influențează comportamentul de consum, București: Editura Polirom 2. Kotler, Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong Veronica (2008). Principiile marketingului – editia europeana, Bucuresti: Editura Teora 3. Dan Petre, Dragos Iliescu (2004). Psihologia reclamei și a consumatorului. Volumul I: Psihologia consumatorului, București: Editura Comunicare.ro 4. Belch, G., Belch M. (2001). Advertising and Promotion, New York: McGraw Hill 	
Lista materialelor didactice necesare	Ordinator Proiector	

Coordonator de disciplină	Sorin Psatta	Semnătura