

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**\*\*\* Psihologia consumatorului în**  
**mediul online \*\*\***  
**2024 – 2025**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	<b>Universitatea Ecologică din București</b>
1.2. Facultatea	<b>Facultatea de Științele Comunicării</b>
1.3. Departamentul	<b>Departamentul de Științele Comunicării</b>
1.4. Domeniul de studii	<b>Comunicare și relații publice</b>
1.5. Ciclul de studii (Licență/Masterat)	<b>Master</b>
1.6. Programul de studii	<b>Comunicare și New Media</b>
1.7. Limba de studiu	<b>Română</b>
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	<b>IF</b>

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	Psihologia consumatorului în mediul online				
2.2. Titularul activității de curs	<b>lect. univ. dr. Adelina Dutu</b>		Email (adresa instituțională):		
2.3. Titularul activității de lucrări practice	<b>lect. univ. dr. Adelina Dutu</b>		Email (adresa instituțională):		
2.4. Anul de studiu	<b>II</b>	2.5. Semestrul	<b>3</b>	2.6. Codul disciplinei	SSSCNM 202410
2.7. Tipul de evaluare	<b>C</b>	2.8. Regimul/categoria disciplinei <sup>1</sup>	<b>OB</b>	2.9. Tipul disciplinei <sup>2</sup>	

**3. Timpul total estimat (ore pe semestru distribuite pe activități didactice)**

3.1. Număr de ore pe săptămână <sup>3</sup>	<b>3</b>	din care: 3.2. curs	<b>1</b>	3.3. lucrări practice	<b>2</b>
3.4. Total ore din planul de învățământ <sup>4</sup>	<b>42</b>	din care: 3.5. curs	<b>14</b>	3.6. lucrări practice	<b>28</b>
3.7. Total ore față în față / sem.	<b>21</b>	din care: 3.8. curs	<b>7</b>	3.9. lucrări practice	<b>14</b>
3.10. Total ore online sincron / sem.	<b>21</b>	din care: 3.11. curs	<b>7</b>	3.12. lucrări practice	<b>14</b>
<b>Distribuția fondului de timp de studiu individual</b>					<b>158</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					<b>100</b>
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					<b>50</b>
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					<b>4</b>
Tutoriat					
Examinări					<b>4</b>
Alte activități.....					
<b>3.13. Total ore studiu individual</b>					<b>158</b>
<b>3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)</b>					<b>200</b>
3.15. Numărul de credite ECTS					<b>8</b>

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

4.1. de curriculum	Parcursarea disciplinelor din domeniul de studiu
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

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

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer Activitate online, sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
5.2. de desfășurare	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer +

<sup>1</sup> Funcție de standardele specifice: DO-disciplină obligatorie, DA/DOP-disciplină la alegere/opțională, DF-disciplină facultativă

<sup>2</sup> Funcție de standardele specifice și ciclul de studii: pentru licență DF-disciplină fundamentală, DD-disciplină de domeniu, DS-disciplină de specialitate, DC-disciplină complementară, respectiv pentru masterat: DA-disciplină de aprofundare, DS - disciplină de sinteză

<sup>3</sup> Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

<sup>4</sup> Idem 3

a lucrărilor practice	eșantioane didactice din colecția proprie Activitate online sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
-----------------------	--

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și a modelelor explicative din domeniul comportamentului consumatorului; C2: Cunoașterea și înțelegerea teoriilor specifice domeniilor ce contribuie la conturarea disciplinei (economie, sociologie, psihologie).
Competențe transversale	CT1: Culegerea, analiza și interpretarea de date cantitative și calitative referitoare la o problemă din domeniul psihologiei consumatorului; CT2: Capacitatea de a proiecta și implementa o temă de cercetare științifică privind un subiect adiacent psihologiei consumatorului

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	O1. Familiarizarea studenților cu conceptele și limbajul specific psihologiei consumatorului; O2. Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor teoriilor subsumate domeniului comportamentului consumatorilor și recunoașterea lor în practică;
7.2. Obiectivele specifice	O1. Înțelegerea factorilor interni și externi care exercită o influență determinantă asupra comportamentului de cumpărare al indivizilor; O2. Înțelegerea modului de utilizare a instrumentelor și tehnicilor specifice măsurării comportamentului consumatorului; O3. Explicarea legăturilor existente între comportamentul consumatorului și stilul de viață.

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare <sup>5</sup>
1. Introducere în comportamentul consumatorului. Disciplinele care contribuie la conturarea domeniului	Prelegere	2 ore FF
2. Introducere în comportamentul consumatorului; Factori de influențare a comportamentului consumatorului.	Prelegere	2 ore FF
3. Cercetarea în domeniul psihologiei consumatorului	Prelegere	2 ore FF
4. Mecanisme atitudinale fundamentale. Teoria învățării (Learn-Like-Do) Teoria disonanței cognitive (Do-Like-Learn)	Prelegere	2 ore FF
5. Mecanisme atitudinale fundamentale. Teoria implicării minimale (Learn-Do-Like) Teoria impulsului de cumpărare (Like-Do-Learn)	Prelegere	2 ore FF
6. Mecanisme atitudinale fundamentale. Teoria învățării atribuite (Like-Learn-Do) Teoria promoțiilor (Do-Learn-Like)	Prelegere	2 ore FF
7. Mecanisme psihologiei contextuale. Percepția și fenomenele perceptive.	Prelegere	2 ore FF
8. Mecanisme psihologiei contextuale. Percepția consumatorului privind calitatea unui produs	Prelegere	2 ore OS
9. Mecanisme psihologiei contextuale. Satisfacția consumatorului	Prelegere	2 ore OS
10. Mecanisme psihologiei contextuale. Loialitatea consumatorului	Prelegere	2 ore OS

<sup>5</sup> FF – față în față; OS – online sincron

11. Teoriile personalității consumatorilor Stilul de viață. Psihografia Imaginea de sine; Stima de sine	Prelegere	2 ore OS
12. Integrarea strategică. Segmentarea consumatorilor	Prelegere	2 ore OS
13. Comportamentul consumatorului în mediul online: oportunități și dificultăți la nivelul cunoașterii și persuadării consumatorului.	Prelegere	2 ore OS
14.Recapitulare	Prelegere	2 ore OS
<b>Total ore 28 ore</b>		<b>14 ore - FF 14 ore – OS</b>
<b>Bibliografie obligatorie</b> 1. Gueguen, N. (2006). <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum.</i> Ed. Polirom. 2. Mazaheri, E. (2014). <i>The influence of culture, emotions, intangibility, and atmospheric cues on online behavior. Journal of Business Research, 67(3), 253–259.</i> 3. Solomon, M., RussellBennett, R., & Previte, J. (2013). <i>Consumer Behaviour: Buying, Having, Being</i> , 3rd ed. Pearson.		
<b>Bibliografie recomandată</b> 1. Beciu Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i> , Polirom, Iași, 2011. 2. Hill, D. (2010). <i>Emotionomics. Cum să câștigi mințile și inimile oamenilor.</i> Editura Publica. 3. Marder, E., <i>Comportamentul consumatorilor</i> , Ed. Teora, București, 2002.		
<b>8.2. Lucrări practice</b>	<b>Metode de predare</b>	Nr. ore/Mod desfășurare <sup>6</sup>
1. Studii de caz: Studiul motivațiilor și percepțiilor, învățarea și teoriile motivaționale	Dezbateri	2 ore FF
2. Analiza segmentării consumatorilor și fidelizarea consumatorilor	Dezbateri	2 ore FF
3. Factori de influență economici și psihologici asupra cererii și ofertei	Dezbateri	2 ore FF
4. Influențe de natură endogenă și exogenă asupra comportamentului consumatorului	Dezbateri	2 ore FF
5. Proiectarea studierii comportamentului consumatorului	Dezbateri	2 ore OS
6. Instrumente fundamentale ale cercetării calitative	Dezbateri	2 ore OS
7.Recapitulare	Dezbateri	2 ore OS
Total activitate laborator 14 ore		FF 8 ore OS 6 ore
<b>Bibliografie obligatorie</b> 1. Gueguen, N. (2006). <i>Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum.</i> Ed. Polirom. 2. Mazaheri, E. (2014). <i>The influence of culture, emotions, intangibility, and atmospheric cues on online behavior. Journal of Business Research, 67(3), 253–259.</i> 3. Solomon, M., RussellBennett, R., & Previte, J. (2013). <i>Consumer Behaviour: Buying, Having, Being</i> , 3rd ed. Pearson.		
<b>Bibliografie recomandată</b> 1. Beciu Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i> , Polirom, Iași, 2011. 2. Hill, D. (2010). <i>Emotionomics. Cum să câștigi mințile și inimile oamenilor.</i> Editura Publica. 3. Marder, E., <i>Comportamentul consumatorilor</i> , Ed. Teora, București, 2002.		

<sup>6</sup> Idem 5

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și reflectă tendințele contemporane de evoluție din sfera științelor comunicării, inclusiv în domeniul digitalizării și în noile media.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1.Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	10%
10.5. Seminar/ Laborator/ Lucrări practice/ Proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	50%
10.6. Evaluare finală	Colocviu		40%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8. Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.			

Data completării  
septembrie 2024

Semnătura titularului  
de curs  
**lect. univ. dr. Adelina Dutu**

Semnătura titularului de lucrări  
practice  
**lect. univ. dr. Adelina Dutu**

Data avizării în departament  
septembrie 2024

Semnătura directorului de  
departament  
lect.univ.dr. Flavius Alexandru  
Pană