



Ministerul Educației al Republicii Moldova

Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova

Colegiul Agroindustrial din Ungheni



Curriculumul disciplinar

F.07.O.015 Comportamentul consumatorului

Specialitatea: 41410 Marketing

Calificarea: 332201 Agent de vânzări

Curriculumul a fost elaborat cu suportul Proiectului *EuropeAid/133700/C/SER/MD/12*
"Asistență tehnică pentru domeniul învățământ și formare profesională
în Republica Moldova",
implementat cu suportul financiar al Uniunii Europene



Autori:

Paladiciuc Natalia, gradul didactic DOI, Colegiul Agroindustrial din Ungheni

Bejenari Olga, profesor de discipline economice, Colegiul Agroindustrial din Ungheni

Aprobat de:

Consiliul metodico-științific al Colegiul Agroindustrial din Ungheni



Recenzenți:

Cristina POPA, profesor de discipline economice, Colegiul Agroindustrial din Ungheni

Adela ENACHE, director al Centrului de Instruire și Formare Continuă a Camerei de Comerț și Industrie, filiala Ungheni

Adresa Curriculumului în Internet:

Portalul național al învățământului profesional tehnic
<http://www.ipt.md/ro/produse-educationale>.

Cuprins

I. Preliminarii	4
II. Motivația, utilitatea disciplinei pentru dezvoltarea profesională	4
III. Competențele profesionale specifice disciplinei.....	5
IV. Administrarea disciplinei.....	5
V. Unitățile de învățare.....	6
VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	8
VII. Studiu individual ghidat de profesor.....	9
VIII. Lucrările practice recomandate.....	10
IX. Sugestii metodologice.....	10
X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	11
XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	13
XII. Resursele didactice recomandate elevilor.....	13

I. Preliminarii

Curricula la disciplina *Comportamentul consumatorului* pune accent pe studierea mai detaliata si cercetarea altor aspecte privitoare la comportamentul consumatorului. Ca domeniu distinct al cunoasterii primele studii privitoare la comportamentul consumatorului a fost considerata un domeniu aplicativ al psihologiei, in sa in prezent componenta esentiala a comportamentului uman, comportamentul consumatorului solicita pentru investigarea sa o abordare interdisciplinara, datorita naturii fundamental diferite a actelor si proceselor de decizie ce-l compun.

Comportamentul consumatorului este o componenta a comportamentului economic al oamenilor, care, la rindul sau , reprezinta o forma de manifestare a comportamentului uman, in general. Ca urmare a acestor interferente si determinari, comportamentul consumatorului a fost definit de specialisti in mai multe moduri.

Studiile de marketing din sfera consumului nu se limiteaza la abordari cantitative, caracterizate printr-un anumit grad de cuprindere a fenomenelor pietei si prin amploarea investigatiei. Se cer efectuate si studii in profunzime a fenomenelor pietei, de natura sa clarifice mecanismul prin care purtatorul cererii se manifesta explicit dind curs unui anumit comportament economic, denumit in litetratura de specialitate drept comportament al consumatorului.

Scopul disciplinei *Comportamentul consumatorului* este stabilirea și explicarea mecanismelor și proceselor psihologice care stau la baza comportamentului de consum al consumatorului individual

II. Motivația, utilitatea disciplinei pentru dezvoltarea profesională

Conceptul modern de marketing porneste de la premisa ca orice activitate economica trebuie indreptata in directia satisfacerii cerintelor – efective si potentiale – ale consumatorilor, cu maximum de eficienta. Orice unitate economica, ce incorporeaza marketingul in structurile sale, este necesar sa puna in centrul preocuparilor cunoasterea si anticiparea cerintelor pietei, pentru adaptarea activitatilor sale in scopul satisfacerii nevoiilor actuale si de perspectiva ale consumatorilor, prin producerea, promovarea si distribuirea rationala si eficienta catre acestia a bunurilor si serviciilor solicitate.

Orientarea catre nevoile de consum, catre cerintele pietei, necesita, in primul rind, cunoasterea temeinica a acestor cerinte, urmarirea sistematica si chiar anticiparea lor pe baze stiintifice, prin proiectarea si aplicarea unui instrumentar de investigare adecvat. In acest context, pentru intelegerea mecanismelor complexe de transformare a nevoiilor in cerere de marfuri si servicii, un loc aparte in teoria marketingului revine studierii si modelarii comportamentului consumatorului.

Această disciplină familiarizează viitorilor specialiști din comerț cu toate noțiunile, categoriile de bază, fără de care nu este posibilă studierea aprofundată a altor discipline ale specialității ca:

F.07.O.014 Evidența contabilă

F.08.O.016 Analiza mediului de marketing

F.08.O.017 Organizarea expozițiilor și târgurilor

Studierii acestei discipline oferă elevului cunoștințe teoretice și practice necesare desfășurării activității lor curente, oferă oportunități de învățare pentru a face față situațiilor cotidiene concrete, a soluționa probleme și situații de lucru, a se integra profesional în piața muncii, își îmbunătățesc capacitățile existente, acestea contribuind la formarea profesională.

III. Competențele profesionale specifice disciplinei

CPS 1. Distingerea limbajului economic specific disciplinei Comportamentul consumatorului;

CPS 2. Recunoașterea trasaturilor unei piețe specifice și a consumatorului de produse agroalimentare;

CPS 3. Utilizarea cunoștințelor dobândite pentru explicarea și interpretarea unor noi strategii de dezvoltare economică a spațiului rural;

CPS 4. Investigarea studiilor de caz și a problemelor cu scopul de a consolida deprinderile de aplicare în practică a conceptelor comportamentului consumatorului.

IV. Administrarea disciplinei

Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
	Total	Contact direct		Lucrul individual		
		Prelegeri	Practică/ Seminar			
VII	150	45	45	60	Examen	5

V. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut
Unitatea de învățare 1: Elementele conceptual ale studiului comportamentului consumatorului.	
UC 1. Distingerea limbajului economic specific disciplinei Comportamentul consumatorului: - <i>definirea notiunii de consumator, comportament al consumatorului;</i> - <i>enumerarea principalelor probleme legate de consumatori;</i> - <i>analiza caracteristicilor generale ale comportamentului consumatorului.</i>	1. Imperativul cunoașterii și înțelegerii comportamentului consumatorului. 2. Definirea comportamentului consumatorului.
Unitatea de învățare 2: Modele fundamentale ale studiului comportamentului consumatorului.	
UC 1. Distingerea limbajului economic specific disciplinei Comportamentul consumatorului: - <i>identificarea elementelor și conceptele economice caracteristice modelului marshallian;</i> - <i>enumerarea principalelor caracteristici modelului pavlovian;</i> - <i>determinarea principalelor caracteristici modelului freudian și veblenian.</i>	1. Modelul Marshallian. 2. Modelul Pavlovian. 3. Modelul Freudian. 4. Modelul Veblenian.
Unitatea de învățare 3: Factorii determinanți ai studiului comportamentului consumatorului.	
UC 2. Recunoașterea trasaturilor unei piețe specifice și a consumatorului de produse agroalimentare: - <i>identificarea factorilor culturali ce influențează comportamentul consumatorului;</i> - <i>enumerarea factorilor sociali și personali;</i> - <i>analiza factorilor psihologici.</i>	1. Factorii culturali; 2. Factorii sociali; 3. Factorii personali; 4. Factorii psihologici.
Unitatea de învățare 4: Influențe endogene asupra studiului comportamentului consumatorului.	
UC 2. Recunoașterea trasaturilor unei piețe specifice și a consumatorului de produse agroalimentare: - <i>identificarea conceptului de motivație, senzație, percepție, memorie;</i> - <i>clasificarea motivațiilor, senzațiilor, reprezentărilor;</i> - <i>analiza factorilor ce determină percepția;</i>	1. Factorii psihologici: • Motivația; • Senzațiile; • Percepția; • Imaginile (reprezentările); • Limbajul; • Memoria (Învățarea);

Unități de competență	Unități de conținut
- <i>determinarea deosebirilor dintre percepții și reprezentări;</i> - <i>evaluarea funcțiilor limbajului;</i> - <i>generalizarea caracteristicilor stărilor afective.</i>	• Imaginația și Creativitatea; • Afectivitatea; • Atitudinea (acțiunea propriu-zisă). 2. Factorii personali.
Unitatea de învățare 5: Influențe exogene asupra studiului comportamentului consumatorului.	
UC 3. Utilizarea cunoștințelor dobândite pentru explicarea și interpretarea unor noi strategii de dezvoltare economică a spațiului rural: - <i>identificarea caracteristicilor familiei;</i> - <i>analiza specializării rolurilor în cadrul familiei;</i> - <i>stabilirea metodelor de rezolvare a conflictelor;</i> - <i>generalizarea grupurilor de referință;</i> - <i>evaluarea metodelor de identificarea liderului;</i> - <i>caracterizarea claselor sociale.</i>	1. Cadrul social de formare a unui comportament de cumpărare și consum: • Familia și ciclul de viață al acestuia în procesul de cumpărare și consum; • Decizii comune de cumpărare și rezolvarea conflictelor; • Grupurile de referință; • Liderii de opinie; • Clasele sociale. 2. Cadrul cultural de formare a comportamentului de cumpărare și consum.
Unitatea de învățare 6: Procesul decizional de cumpărare.	
UC 3. Utilizarea cunoștințelor dobândite pentru explicarea și interpretarea unor noi strategii de dezvoltare economică a spațiului rural: - <i>identificarea etapelor procesului deciziei de cumpărare;</i> - <i>determinarea formelor pe care le poate îmbrăca riscul;</i> - <i>analiza modelelor multi-criteriale compensatorii și necompensatorii.</i>	1. Etape și factori în procesul deciziei de cumpărare; 2. Riscul procesului de cumpărare și stimularea satisfacției consumatorului. 3. Percepția consumatorului pentru produsele noi. 4. Modele multi-criteriale ale deciziei de cumpărare.
Unitatea de învățare 7: Consumatorul, suveran sau cersetor?	
UC 4. Investigarea studiilor de caz și a problemelor cu scopul de a consolida deprinderile de aplicare în practică a conceptelor comportamentului consumatorului: - <i>identificarea rolului de suveranitate al consumatorului;</i> - <i>determinarea etapelor de evoluție în protecția consumatorului;</i> - <i>analiza codului de etică în afaceri.</i>	1. Suveranitatea consumatorului. 2. Tehnici condamnabile de influențare a consumatorilor. 3. Evoluții mondiale în protecția consumatorului. 4. Codul de etică în afaceri.

Unități de competență	Unități de conținut
Unitatea de învățare 8: Comportamentul consumatorului organizational.	
UC 4. Investigarea studiilor de caz și a problemelor cu scopul de a consolida deprinderile de aplicare în practică a conceptelor comportamentului consumatorului: - <i>definirea notiunii de comportament al consumatorului organizational;</i> - <i>determinarea componentelor culturii organizationale;</i> - <i>analiza comportamentului de cumparare al firmei.</i>	1. Conceptul de comportament organizational. 2. Componentele si manifestarea culturii organizationale. 3. Grupurile in cadrul organizatiilor. 4. Comportamentul de cumparare al firmei.

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

Nr. crt.	Unități de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Lucrul Individual
			Prelegeri	Practică/ Seminar	
1.	Elementele conceptual ale studiului comportamentului consumatorului.	14	4	4	6
2.	Modele fundamentale ale studiului comportamentului consumatorului.	16	4	4	8
3.	Factorii determinanti ai studiului comportamentului consumatorului.	10	2	2	6
4.	Influente endogene asupra studiului comportamentului consumatorului.	36	12	12	12
5.	Influente exogene asupra studiului comportamentului consumatorului.	24	8	8	8
6.	Procesul decizional de cumparare.	20	6	6	8
7.	Consumatorul, suveran sau cersetor?	18	6	6	6
8.	Comportamentul consumatorului organizational	12	3	3	6
	Total	150	45	45	60

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
1. Elementele conceptuale ale studiului comportamentului consumatorului.			
1. Dimensiunile economice ale comportamentului consumatorului.	Referat	Comunicare	Săptămâna 1 Săptămâna 2
2. Modele fundamentale ale studiului comportamentului consumatorului.			
1. Modelul Hobbesian.	Referat Studii de caz	Prezentare Comunicare	Săptămâna 3 Săptămâna 4
3. Factorii determinanți ai studiului comportamentului consumatorului.			
1. Termeni consacrați în studiul comportamentului consumatorului.	Referat Studii de caz	Prezentare Comunicare	Săptămâna 5
4. Influențe endogene asupra studiului comportamentului consumatorului.			
1. Factorii personali.	Referat Studii de caz	Comunicare	Săptămâna 6 Săptămâna 7 Săptămâna 8
5. Influențe exogene asupra studiului comportamentului consumatorului.			
1. Cadrul cultural de formare a comportamentului de cumpărare și consum.	Referat Studiu de caz	Comunicare Prezentare	Săptămâna 9 Săptămâna 10
6. Procesul decizional de cumpărare.			
1. Modelarea procesului decizional de cumpărare.	Referat Studiu de caz	Comunicare Prezentare	Săptămâna 11 Săptămâna 12
7. Consumatorul, suveran sau cersetor?			
1. Legea Republicii Moldova cu privire la protecția consumatorului.	Referat	Comunicare Prezentare	Săptămâna 13 Săptămâna 14
8. Comportamentul consumatorului organizațional.			
1. Caracteristicile procesului de cumpărare organizațional. 2. Specificul pieței instituționale și guvernamentale.	Referat Studiu de caz	Comunicare Prezentare	Săptămâna 14 Săptămâna 15

VIII. Lucrările practice/de laborator recomandate

1. Analiza Modelelor fundamentale ale studiului comportamentului consumatorului.
2. Studiarea factorilor culturali.
3. Analiza factorilor sociali.
4. Cercetarea factorilor personali.
5. Determinarea factorilor psihologici.
6. Determinarea etapelor de luare a deciziei de cumparare.

IX. Sugestii metodologice

Prezentul curriculum este un instrument de lucru care se adresează profesorilor care predau disciplina Comportamentul consumatorului. Sugestiile metodologice au în vedere deplasarea accentului de pe continuturi pe competente. Unitățile de conținut sunt prezentate într-o ordine care nu este obligatorie.

Considerarea elevului ca subiect al activității instructiv – educative și orientarea acestuia înspre formarea competențelor specifice presupun respectarea unor exigente ale învățării durabile, printre care: utilizarea unor metode active (de exemplu: simularea, învățarea prin descoperire, învățarea problematizată, învățarea prin cooperare, studiul de caz, jocul de roluri, analiza de text, realizarea de portofolii).

Se recomandă, de asemenea, proiectarea unor activități de învățare care să încurajeze elevii în manifestarea liberei inițiative și a spiritului întreprinzător.

Tehnologiile didactice aplicate în procesul instructiv-educativ vor fi indicate explicit în proiectele didactice, elaborate de fiecare profesor în funcție de nivelul de pregătire și progresul demonstrat atât de grupa de elevi în ansamblu, cât și pe fiecare elev în parte.

La alegerea strategiilor didactice se va ține cont de următorii factori: scopurile și obiectivele propuse; conținuturile stabilite; resursele didactice, nivelul de pregătire inițială și capacitățile elevilor, competențele ce trebuie dezvoltate.

În proiectarea didactică de lungă și scurtă durată profesorul se va ghida de prezentul curriculum, atât la compartimentul de competente, cât și la conținuturile recomandate.

Studiul individual ghidat de profesor va fi realizat pentru fiecare unitate de conținut, propunându-le elevilor în acest scop sarcini individualizate. Se recomandă aplicarea metodelor interactive de lucru cu elevii, cum ar fi discuția, comunicarea reciprocă, prezentarea.

X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Evaluarea reprezintă o componentă fundamentală a procesului de învățare. Evaluarea trebuie să se realizeze în mod preponderent ca evaluare continuă, formativă. Alături de formele și instrumentele clasice de evaluare, recomandăm utilizarea unor forme și instrumente complementare, cum sunt: proiectul, portofoliul, autoevaluarea, observarea sistematică a activității și a comportamentului elevilor.

Inițial se va începe cu o evaluare a nivelului de cunoștințe din domeniul disciplinelor de cultură generală (matematica, limba română, etc.), care oferă posibilitatea de diagnosticare a nivelului de pregătire a elevilor pentru disciplină.

Evaluarea formativă a cunoștințelor elevilor. Pe parcursul semestrului se efectuează evaluarea intermediară a cunoștințelor teoretice, a abilităților și deprinderilor practice. În cadrul seminarelor și lecțiilor practice se va efectua evaluarea elevilor prin intermediul:

1	Argumentare scrisă	- corectitudinea formulării temei; - selectarea și structurarea logică a argumentelor; - apelarea la propria experiență în explicarea supozițiilor; - utilizarea limbajului de specialitate, respectând normele lingvistice.
2	Argumentare orală	- corectitudinea formulării temei; - structurarea logică a tezelor propuse pentru discuție; - apelarea la propria experiență în argumentare; - utilizarea corectă a mijloacelor orale de exprimare.
3	Studiu de caz	- corectitudinea interpretării studiului de caz propus; - calitatea soluțiilor, ipoteze propuse; - corectitudinea lingvistică a formulării; - logica formulării; - rezolvarea corectă a problemei; - aprecierea critică, individualitatea răspunsurilor.

Autoevaluarea elevului pe perioada însușirii unității de curs (pe teme, compartimente, integral) se va asigura cu setul de teste respective conținutului.

Evaluarea sumativa, care se realizează la încheierea perioadei de studiu al disciplinei de învățământ (la finele semestrului) se va efectua prin examen.

La elaborarea sarcinilor/itemilor de evaluare formativă și sumativă, profesorul va ține cont de competențele specifice disciplinei.

Produsele elaborate în cadrul studiului individual vor fi evaluate în bază de criterii și descriptori de evaluare:

1.	Referat	Corespunderea referatului temei. Profunzimea și completitudinea dezvoltării temei. Adecvarea la conținutul surselor primare. Coerența și logica expunerii. Utilizarea dovezilor din sursele consultate. Gradul de originalitate și de noutate. Nivelul de erudiție. Modul de structurare a lucrării. Justificarea ipotezei legate de tema referatului. Analiza în detaliu a fiecărei surse de documentare.
2.	Rezumat oral	Expune tematica lucrării în cauză. Utilizează formulări proprii. Expunerea orală este concisă și structurată logic. Folosește un limbaj bogat, adecvat tematicii lucrării în cauză.
3.	Rezumat scris	Expune tematica lucrării în cauză. Utilizează formulări proprii. Textul rezumatului este concis și structurat logic. Folosește un limbaj bogat, adecvat tematicii lucrării în cauză. Fidelitatea. Coerența. Progresia logică. Angajamentul autorului, aptitudine critică corect evaluată și transpusă. Respectarea modalităților de enunțare a textului sursă. Muncă pertinentă de reformulare. Stăpânirea normelor sintactice la nivel de prezentare logică a ideilor. Text formatat citeț, lizibil.

Nota finală la disciplina de studiu va fi definitivată prin însumarea rezultatelor la evaluările curente și finale. Cele 60% din 100% posibile a notei finale se constituie din media evaluărilor curente obligatorii. Iar celelalte 40% se constituie din nota evaluării finale obținută la examen.

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studiu

Pentru a realiza cu succes formarea competentelor ce trebuie formate si dezvoltate in cadrul disciplinei „Comportamentul consumatorului” trebuie asigurat un mediu de invatare autentic, relevant si centrat pe elev.

Sala de curs va fi dotata cu mobilier scolar si va asigura conditii adecvate.

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	Blythe J. – <i>Comportamentul consumatorului – Strategii și tactici, Atragerea clientelei, Reacția consumatorului</i> , Editura Teora, București, 1998.	Internet
2.	Mihuț I., Pop M. – <i>Consumatorul și managementul ofertei</i> , Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1996.	
3.	Roman Lazoc, Alina Lazoc, Diana Coralia Goia, <i>Tehnici promotionale</i> , editia a II, editura Eurostampa, Timisoara, 2007	
4.	S. Petrovici, S. MUSTUC, V. Golovco, <i>Marketing</i> , editura ASEM, Cisinaiu, 2008, ISBN 9789975753746.	Biblioteca
5.	Aurel Chiran, Elena Gindu, s.a. „Agromarketing” , editura Chisinaiu, Evrica, 1999 ISBN 9975941621.	