



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie „POLITEHNICA” din București
1.2 Facultatea	Inginerie chimică și biotehnologii Ingineria sistemelor biotehnice
1.3 Departamentul	Chimie Organică
1.4 Domeniul de studii	Ingineria produselor alimentare
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Specializarea	Controlul și expertiza produselor alimentare Ingineria produselor alimentare

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei (ro) (en)	Comportamentul Consumatorului Consumer Behavior						
2.2 Titularul/ii activităților de curs	Conf. Dr. ing, psih. Livia Maria Butac						
2.3 Titularul/ii activităților de seminar / laborator/proiect	Conf. Dr. ing, psih. Livia Maria Butac						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Ob
2.8 Tipul disciplinei	D		2.9 Codul disciplinei	UPB.11.F.03.Ob.007			

3. Timpul total (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator/proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate Pregătire seminarii/ laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					29
Tutorat					-
Examinări					4
Alte activități (dacă există):					-
3.7 Total ore studiu individual					33
3.8 Total ore pe semestru					75
3.9 Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
-------------------	--



4.2 de rezultate ale învățării	Cunoștințe de bază referitoare la alimentația umană
--------------------------------	---

### 5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1 Curs	<ul style="list-style-type: none"><li>Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer</li></ul>
5.2 Seminar / Laborator/Proiect	<ul style="list-style-type: none"><li>Seminarul se va desfășura într-o sală dotată cu computer și videoproiector. După caz vor fi puse la dispoziție materiale pentru realizarea grafică a elementelor de la seminar – fie sub forma creion-hârtie fie sub forma de programe de editare</li></ul>

### 6. Obiectiv general

Disciplina urmărește să familiarizeze studenții din domeniul ingineriei produselor alimentare./controlului produselor alimentare cu particularitățile consumului în general și al consumului de produse alimentare în special, cu aplicații directe în modul de prezentare a produsului, ambalare, promovare, având ca scop orientarea specialiștilor pentru a găsi cele mai adecvate moduri de captare a unui segment cât mai important de piață pentru produsele companiei în care își vor desfășura activitatea. Totodată sunt prezentate elementele dezadaptive legate de consum în zona alimentară, respectiv obezitatea, alcoolismul, dependența de substanțe și tulburările legate de consumul alimentar. În final studenții vor fi familiarizați cu cele mai importante tehnici de cercetare a comportamentului psihologic al consumatorului.

### 7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Enumeră</b> elementele legate de senzații, percepții, memorie, învățare, cultură implicate în comportamentul consumatorului</li><li><b>Analizează</b> din punct de vedere al psihologiei consumatorului peisajul pieței de produse alimentare (ambalaje, promovare, etc)</li><li><b>Analizează</b> cerințele pentru un produs nou, din punct de vedere al psihologiei consumatorului</li><li><b>Cunoaște</b> tehnicile principale de cercetare a comportamentului consumatorului</li></ul>
Aptitudini	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Selectează și grupează</b> informații relevante într-un context dat.</li><li><b>Utilizează argumentat principii specifice</b> în vederea proiectării din punct de vedere psihologic al ambalajelor și elementelor de promovare a unui produs alimentar</li><li><b>Lucrează productiv în echipă.</b></li><li><b>Rezolvă</b> aplicații practice -design de ambalaj, design afiș publicitar/reclamă/campanie de lansare pe piață pentru un produs alimentar procesat</li><li><b>Identifică soluții și elaborează</b> planuri de rezolvare/proiecte.</li><li><b>Argumentează</b> soluțiile identificate/modurile de rezolvare.</li></ul>



<b>Responsabilitate și autonomie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Respectă principiile de etică academică</b>, citând corect sursele bibliografice utilizate.</li><li>• <b>Demonstrează receptivitate</b> pentru contexte noi de învățare.</li><li>• <b>Manifestă colaborare</b> cu ceilalți colegi și cadre didactice în desfășurarea activităților didactice</li><li>• <b>Demonstrează autonomie</b> în organizarea situației/contextului de învățare sau a situației problemă de rezolvat</li><li>• <b>Manifestă responsabilitate socială</b> prin implicarea activă în viața socială studentască/implicare în evenimentele din comunitatea academică</li><li>• <b>Promovează/contribuie prin soluții noi, aferente domeniului</b> pentru a îmbunătăți calitatea vieții sociale.</li><li>• <b>Aplică principii de etică/deontologie profesională în analiza impactului soluțiilor propuse</b> în domeniul de specialitate asupra societății</li><li>• <b>Analizează și valorifică oportunități de afaceri/de dezvoltare antreprenorială</b> în domeniul de specialitate.</li><li>• <b>Demonstrează abilități de management</b> al situațiilor din viața reală (gestionarea timpului colaborare vs. conflict).</li></ul>
--------------------------------------	---

## 8. Metode de predare

Pornindu-se de analiza caracteristicilor de învățare ale studenților și de la nevoile lor specifice, procesul de predare va explora metode de predare atât expositive (prelegerea, expunerea), cât și conversative-interactive, bazate pe modele de învățare prin descoperire facilitate de explorarea directă și indirectă a realității (exemplificarea, analiza exemplelor), dar și pe metode bazate pe acțiune, precum activitățile practice și activități în echipă

În activitatea de predare vor fi utilizate prelegeri, în baza unor prezentări Power Point sau diferite filmulețe care vor fi puse la dispoziția studenților. Fiecare curs va debuta cu recapitularea capitolelor deja parcurse, cu accent asupra noțiunilor parcurse la ultimul curs.

Prezentările utilizează imagini și scheme, astfel încât informațiile prezentate să fie ușor de înțeles și asimilat.

Această disciplină acoperă informații și activități practice menite să-i sprijine pe studenți în eforturile de învățare și de dezvoltare a unor relații optime de colaborare și comunicare într-un climat favorabil învățării prin descoperire.

Se va avea în vedere exersarea abilităților de ascultare activă și de comunicare asertivă, precum și a mecanismelor de construcție a feedback-ului, ca modalități de reglare comportamentală în situații diverse și de adaptare a demersului pedagogic la nevoile de învățare ale studenților.

Se va exersa abilitatea de lucru în echipă pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare.

## 9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore



I	<b>Introducere.</b> Aria de studiu, elemente de etică profesională în psihologia consumatorului. Scopul și conținutul cursului. Scopul și conținutul activităților de seminar. Modalitatea de notare.	2
II	<b>Elemente de psihologia consumatorului (cu particularizare la consumul alimentar).</b> Definirea consumatorului. Rolul consumului. Factori implicați în consum., Senzații și percepții. Modalități perceptivă. Selecția perceptivă. Învățarea și rolul în consum. Memoria și motivația – rolul în deciziile de consum. Valori și atitudini, rol în psihologia consumatorului. Comunicarea și rolul ei în consum. Consumul ca factor de definire a self-ului. Factori sociali implicați în consum. Cultura ca determinant al consumului alimentar. Grupul social ca factor de referință în consum. Procesul deciziei în consum.	6
III	<b>Specificul consumatorului european.</b> Caracterizare generală și particularizare la consumul alimentar. Subculturi în funcție de vârstă (Baby Boomers, generația X, Y, Z), Stiluri de viață europene. Stiluri alimentare în funcție de zonă geografică. Consumul ecologic.	4
IV	<b>Psihologia alimentației</b> Determinanți ai alegerilor alimentare : biologici:(foamea și sătietatea, gustul, poftele neofobiile alimentare), fizici și economici, Factori psiho-sociali :Mancarea ca element al identității personale, Alimentația ca proces de învățare socială, Alimentația ca proces de interacțiune socială. Rol în definirea identității culturale. Insatisfacția cu propriul corp.Modele psiho-sociale ale alegerilor alimentare.Stressul și alimentația.Alimentația ca obiect de marketing. Copii și publicitatea.Alimente modificate genetic Varstele și alimentația : adolescența, vegetarianismul ca decizie alimentară specifică adolescenței. Alimentația la vârsta adultă. Roluri de gen și dinamica acestora, influența asupra alegerilor alimentare. Alimentația la vârsta bătrâneții.	6
V	<b>Supraponderalitate și obezitate. Psihologia creșterii în greutate. Autocontrolul alimentar.</b> Probleme asociate obezității. Psihologia creșterii în greutate. Consumul alimentar extern și prevenirea acestuia. Consumul alimentar emoțional, cauze și metode de prevenire. Consumul alimentar impusiv. Dimensiuni și metode de prevenire. Autocontrolul,	2
VI	<b>Patologia alimentației</b> Mancatul compulsiv. Bulimia nervoasă, Anorexia nervoasă, Tulburarea muncatului selectiv, Alte tipuri de tulburări alimentare .	2
VII	<b>Dependente : de alcool, de drog, de nicotină.</b> Mecanismul dependenței. Consecințe. Metode de prevenire și combatere. Patologii legate de alcool.	4
VIII	<b>Specificul legilor psihologice. Metode de cercetare în psihologie.</b> Metode calitative (metoda observației, metoda convorbirii, metoda anchetei, focus-grupul, analiza documentelor, analiza produselor activității). Metode cantitative (metoda experimentului, metode psihometrice). Surse de eroare (bias) în cercetarea psihologică.	2
	<b>Total:</b>	<b>28</b>

**Bibliografie:**

- Livia Maria Butac - Curs format electronic: CEPA:  
<https://archive.curs.upb.ro/2023/course/view.php?id=7907> , <https://curs.upb.ro/2024/course/view.php?id=3719>  
IPA <https://archive.curs.upb.ro/2023/course/view.php?id=5277>,  
<https://curs.upb.ro/2024/course/view.php?id=1434>



2. Ng, Sharon, and Angela Y. Lee, eds. *Handbook of culture and consumer behavior*. Frontiers in Culture and Psych, 2015. (disponibil in format electronic)
3. Matsumoto, Shigeru, and Tsunehiro Otsuki, eds. *Consumer perception of food attributes*. CRC Press, 2018. (disponibil in format electronic)
- Hackett, Paul, ed. *Quantitative research methods in consumer psychology: Contemporary and data driven approaches*. Taylor & Francis, 2018. (disponibil in format electronic)
4. Bellisle, F. (2006). The determinants of food choice. EUFIC - The European Food Information Council, <http://www.eufic.org/en/healthy-living/article/the-determinants-of-food-choice> Hill, L. (2012).
5. The Psychology Of Weight Gain. <http://www.froedtert.com/upload/docs/health-resources/virtual-events/psychology-of-weight-gain051514.pdf>
6. Schneider, K. R., & Schneider, R. G. (2009). Genetically modified food. Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida. <http://www.academia.edu/download/32482742/FS08400.pdf>

LABORATOR/ SEMINAR/PROIECT		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Elaborarea unui logo si justificarea acestuia (individual)	2
2.	Analiza critică a unui afiș publicitar (echipe mici)	2
3.	Analiza critică a unei reclame publicitare (echipe mici)	2
4.	Analiza critica a unui ambalaj de produs alimentar (echipe mici)	2
5.	Mini proiect pe echipe. 1 – alegerea unui produs alimentar procesat și elaborarea ambalajului. Justificare din punct de vedere al psihologiei consumatorului	2
6.	Mini proiect pe echipe 2- Elaborarea, la alegere, a unui afiș publicitar sau a unei reclame. Justificare din punct de vedere al psihologiei consumatorului	2
7.	Mini proiect pe echipe. 3 – Elaborarea proiectului campaniei de lansare pe piata a produsului. Justificare din punct de vedere al psihologiei consumatorului	2
		<b>14</b>
Bibliografie: Livia Maria Butac - Curs format electronic: CEPA: <a href="https://archive.curs.upb.ro/2023/course/view.php?id=7907">https://archive.curs.upb.ro/2023/course/view.php?id=7907</a> , <a href="https://curs.upb.ro/2024/course/view.php?id=3719">https://curs.upb.ro/2024/course/view.php?id=3719</a> IPA <a href="https://archive.curs.upb.ro/2023/course/view.php?id=5277">https://archive.curs.upb.ro/2023/course/view.php?id=5277</a> , <a href="https://curs.upb.ro/2024/course/view.php?id=1434">https://curs.upb.ro/2024/course/view.php?id=1434</a>		

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Aplicarea cunostinteleor dobandite la curs in activitati practice – analiza critica si creare de ambalaje/logo-uri, afise publicitare, campanii de promovare – vazute din punct de vedere al elementelor de psihologie a consumatorului	Prezentari orale ale temelor de seminar	40
		Prezentari scrise ale temelor de seminar	40
		Sustinere orala a mini-proiectului	20
10.5 Seminar/laborator/proiect			



10.6 Condiții de promovare

- Obținerea a 50% din punctajul total.

Data completării

Titular de curs

Titular(ii) de aplicații

10.06.2025

Conf. Dr.ing.psih. L. M. Butac

Conf. Dr.ing.psih. L. M. Butac

Data avizării în  
departament

1.07.2025

Director de departament:

Conf. dr. ing. Daniela ISTRATI

Data aprobării în  
Consiliul Facultății

4.07.2025

Decan

Prof. Dr. Ing. Cristina ORBECI