



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social Politice
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE SOCIOLOGIE, ASISTENȚA SOCIALĂ ȘI RESURSE UMANE
1.4 Domeniul de studii	Sociologie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Resurse umane

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comportamente de consum sustenabil (opt.)						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Univ. dr. Alexandru Cosmin Apostol						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Univ. dr. Alexandru Cosmin Apostol						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tip de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei*	Op

*OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					21
Tutoriat					6
Examinări					4
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					69
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Nu este cazul
4.2 De competențe	Nu este cazul

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Nu este cazul

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP7.C07. Creează profiluri personale;</p> <p>CP12.C12. Evaluează candidați;</p> <p>CP13.C13. Evaluează caracterul;</p> <p>CP18.C18. Identifică nevoile clienților;</p> <p>CP19.C19. Intervievează persoane;</p> <p>CP20.C20. Înregistrează interviurile;</p> <p>CP22.C22. Își însușește obiectivele întreprinderii;</p> <p>CP23.C23. Lucrează cu diverse grupuri-țintă;</p> <p>CP26.C26. Monitorizează evoluțiile din domeniul educației;</p> <p>CP34.C34. Oferă consultanță cu privire la îmbunătățirile în materie de eficiență;</p> <p>CP36.C36. Prezintă rapoarte;</p> <p>CP37.C37. Prezintă rezultatele analizelor;</p> <p>CP41.C41. Respectă confidențialitatea;</p> <p>CP44.C44. Utilizează tehnici de comunicare;</p>
Competențe transversale	<p>CT1.CT1. Efectuează calcule;</p> <p>CT2.CT2. Gândește analitic;</p> <p>CT3.CT3. Gândește critic;</p> <p>CT4.CT4. Gândește în mod creativ;</p> <p>CT5.CT5. Lucrează în echipe;</p> <p>CT6.CT6. Se adaptează la schimbare;</p>

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	<p>D2. Utilizarea cunoștințelor de baza pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului</p> <p>D4. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii</p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explice specificul comportamentelor de consum sustenabil • Describe în detaliu particularitățile comportamentelor de consum sustenabil • Utilizeze conceptele fundamentale referitoare la comportamentul de consum sustenabil • Analizeze comportamentul de consum sustenabil, utilizând o metodologie adecvată

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	<p>Elemente introductive privind comportamentul consumatorului și consumul sustenabil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiții și abordări multidisciplinare ale consumului • Formarea deciziei de cumpărare • Schimbarea comportamentului de consum • Segmentarea pieței 		
2-3.	<p>Elemente de psiho-sociologia consumatorilor și importanța acestora în susținerea unui comportament de consum sustenabil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obiceiuri de cumpărare și utilizare a produselor • Notorietatea; Percepția; Învățarea; Motivația • Decalajul dintre formarea unor atitudini și adoptarea comportamentelor de consum 		

	sustenabil		
4.	Stilul de viață și comportamentul sustenabil de consum: <ul style="list-style-type: none"> • Zero waste • Reducerea amprentei de carbon 		
5.	Rolul marketingului social în susținerea comportamentelor sustenabile de consum		
6-7.	Cercetarea comportamentului de consum sustenabil. Abordări cantitative și calitative. <ul style="list-style-type: none"> • Măsurarea comportamentului de consum responsabil social • Măsurarea comportamentului de consum sustenabil 	<ul style="list-style-type: none"> • descrierea • expunerea problematizată • explicația • conversația reproductivă • conversația euristică 	<ul style="list-style-type: none"> • Cursul se desfășoară conform programării de la orar • Temele de curs se regasesc la bibliografie
8.	Strategii și campanii în susținerea activă a unui comportament de consum sustenabil: <ul style="list-style-type: none"> • Rolul autorităților guvernamentale • Implicarea sectorului ONG • Rolul companiilor private • Influența grupurilor sociale (familie, prieteni apropiați etc.) 		
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Avantajele și obstacolele adoptării unui comportament de consum sustenabil • Dezavantajele comportamentelor ireponsabile/ nesustenabile de consum 		
10.	Aspecte etice și de responsabilitate socială legate de comportamentul de consum		
11.	Legătura dintre comportamentul de consum sustenabil și economia circulară		
12-13.	Modalități de susținere și promovare a comportamentului de consum sustenabil în diverse industrii / domenii de activitate: <ul style="list-style-type: none"> • Industria alimentară • Industria energetică • Industria modei • Educație • Transport ș.a. 		
14.	Direcții viitoare privind studiul comportamentelor de consum sustenabil <ul style="list-style-type: none"> • Schimbări intergeneraționale privind adoptarea comportamentelor de consum sustenabil • Agenda 2030 – Obiectivul 12 - Asigurarea modelelor de consum și producție sustenabile 		

Bibliografie

- Antil, J. A. & Bennett, D.. (1979). "Construction and Validation of a Scale to Measure Socially Responsible Consumption Behavior." In Karl H. Henion II and Thomas C. Kinnear (Eds.), *The Conserver Society* (pp. 51-68). Chicago: American Marketing Association.
- Antil, John A. (1984, Fall). Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy. *Journal of Macromarketing*, 18-39.
- Camacho-Otero, J., Boks, C., & Pettersen, I. N. (2018). Consumption in the circular economy: A literature review. *Sustainability*, 10(8), 2758.
- Cătoiu, I. & Teodorescu, N. (2004). *Comportamentul consumatorului*. Editura Uranus.
- Datculescu, P. (2006). *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoari și cum analizezi informația*. Brandbuilders Grup.
- Hayden, N. (2009). *Consumer behaviour*. Capitolul What is consumer behaviour? AVA Publishing, pp. 10-38.
- Hoyer, W. D. & MacInnis D. J. (2010). *Consumer Behavior - Fifth Edition*. Capitolul *Ethics, Social Responsibility, and the Dark Side of Consumer Behavior and Marketing*. South-Wester CENGAGE Learning, pp. 469-490.
- Jackson, T. (2014). Sustainable consumption. In *Handbook of sustainable development* (pp. 279-290). Edward Elgar Publishing.
- Kardes, F. R., Cronley, M. L., & Cline, T. W. (2011). *Consumer behavior*. South-Western, Cengage Learning.
- Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Prentice Hall.
- Lehmann, S. (2010). Resource recovery and materials flow in the city: Zero waste and sustainable consumption as paradigms

in urban development. *Sustainable Dev. L. & Pol'y*, 11, 28.

Marrucci, L., Daddi, T., & Iraldo, F. (2019). The integration of circular economy with sustainable consumption and production tools: Systematic review and future research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 240, 118268.

McDonald, S., Oates, C. J., Alevizou, P. J., Young, C. W., & Hwang, K. (2012). Individual strategies for sustainable consumption. *Journal of Marketing Management*, 28(3-4), 445-468.

Munteanu, C. et al. (2011). *Marketing. Principii, practici, orizonturi*. Editura Sedcom Libris.

Proctor, T. (2005). *Essentials of marketing research*. Pearson Education.

Quoquab, F., Mohammad, J., & Sukari, N. N. (2019). A multiple-item scale for measuring “sustainable consumption behaviour” construct: Development and psychometric evaluation. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 791-816.

Liu, Y., Qu, Y., Lei, Z., & Jia, H. (2017). Understanding the evolution of sustainable consumption research. *Sustainable Development*, 25(5), 414-430.

Spaargaren, G. (2020). Sustainable consumption: a theoretical and environmental policy perspective. In *The ecological modernisation reader* (pp. 318-333). Routledge.

Stephens, L. D. (2017). *Essentials of Consumer Behavior*. Capitolul Consumer Research Methods. Routledge, pp. 16-29.

Wang, C., Ghadimi, P., Lim, M. K., & Tseng, M. L. (2019). A literature review of sustainable consumption and production: A comparative analysis in developed and developing economies. *Journal of cleaner production*, 206, 741-754.

<https://www.unep.org/topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-12-9>

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

<https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Elemente introductive privind comportamentul consumatorului și consumul sustenabil <ul style="list-style-type: none"> Definiții și abordări multidisciplinare ale consumului Formarea deciziei de cumpărare Schimbarea comportamentului de consum Segmentarea pieței		
2-3.	Elemente de psiho-sociologia consumatorilor și importanța acestora în susținerea unui comportament de consum sustenabil: <ul style="list-style-type: none"> Obiceiuri de cumpărare și utilizare a produselor Notorietatea; Percepția; Învățarea; Motivația Decalajul dintre formarea unor atitudini și adoptarea comportamentelor de consum sustenabil		
4.	Stilul de viață și comportamentul sustenabil de consum: <ul style="list-style-type: none"> Zero waste Reducerea amprentei de carbon	<ul style="list-style-type: none"> expunerea problematizată discuția observația dirijată observația independentă conversația reproductivă explicația 	<ul style="list-style-type: none"> Seminarul se desfășoară conform programării de la orar Tematica seminarului se regăsește la bibliografie
5.	Rolul marketingului social în susținerea comportamentelor sustenabile de consum		
6-7.	Cercetarea comportamentului de consum sustenabil. Abordări cantitative și calitative. <ul style="list-style-type: none"> Măsurarea comportamentului de consum responsabil social Măsurarea comportamentului de consum sustenabil		
8.	Strategii și campanii în susținerea activă a unui comportament de consum sustenabil: <ul style="list-style-type: none"> Rolul autorităților guvernamentale Implicarea sectorului ONG Rolul companiilor private Influența grupurilor sociale (familie, prieteni apropiați etc.)		
9.	<ul style="list-style-type: none"> Avantajele și obstacolele adoptării unui comportament de consum sustenabil Dezavantajele comportamentelor 		

	iresponsabile / nesustenabile de consum		
10.	Aspecte etice și de responsabilitate socială legate de comportamentul de consum		
11.	Legătura dintre comportamentul de consum sustenabil și economia circulară		
12-13.	Modalități de susținere și promovare a comportamentului de consum sustenabil în diverse industrii / domenii de activitate: <ul style="list-style-type: none"> • Industria alimentară • Industria energetică • Industria modei • Educație Transport ș.a.		
14.	Direcții viitoare privind studiul comportamentelor de consum sustenabil <ul style="list-style-type: none"> • Schimbări intergeneraționale privind adoptarea comportamentelor de consum sustenabil Agenda 2030 – Obiectivul 12 -Asigurarea modelelor de consum și producție sustenabile		

Bibliografie

- Antil, J. A. & Bennett, D.. (1979). "Construction and Validation of a Scale to Measure Socially Responsible Consumption Behavior." In Karl H. Henion II and Thomas C. Kinnear (Eds.), *The Conserver Society* (pp. 51-68). Chicago: American Marketing Association.
- Antil, John A. (1984, Fall). Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy. *Journal of Macromarketing*, 18-39.
- Camacho-Otero, J., Boks, C., & Pettersen, I. N. (2018). Consumption in the circular economy: A literature review. *Sustainability*, 10(8), 2758.
- Cătoiu, I. & Teodorescu, N. (2004). *Comportamentul consumatorului*. Editura Uranus.
- Datculescu, P. (2006). *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoari și cum analizezi informația*. Brandbuilders Grup.
- Hayden, N. (2009). *Consumer behaviour*. Capitolul What is consumer behaviour? AVA Publishing, pp. 10-38.
- Hoyer, W. D. & MacInnis D. J. (2010). *Consumer Behavior - Fifth Edition*. Capitolul *Ethics, Social Responsibility, and the Dark Side of Consumer Behavior and Marketing*. South-Wester CENGAGE Learning, pp. 469-490.
- Jackson, T. (2014). Sustainable consumption. In *Handbook of sustainable development* (pp. 279-290). Edward Elgar Publishing.
- Kardes, F. R., Cronley, M. L., & Cline, T. W. (2011). *Consumer behavior*. South-Western, Cengage Learning.
- Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Prentice Hall.
- Lehmann, S. (2010). Resource recovery and materials flow in the city: Zero waste and sustainable consumption as paradigms in urban development. *Sustainable Dev. L. & Pol'y*, 11, 28.
- Marrucci, L., Daddi, T., & Iraldo, F. (2019). The integration of circular economy with sustainable consumption and production tools: Systematic review and future research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 240, 118268.
- McDonald, S., Oates, C. J., Alevizou, P. J., Young, C. W., & Hwang, K. (2012). Individual strategies for sustainable consumption. *Journal of Marketing Management*, 28(3-4), 445-468.
- Munteanu, C. et al. (2011). *Marketing. Principii, practici, orizonturi*. Editura Sedcom Libris.
- Proctor, T. (2005). *Essentials of marketing research*. Pearson Education.
- Quoquab, F., Mohammad, J., & Sukari, N. N. (2019). A multiple-item scale for measuring “sustainable consumption behaviour” construct: Development and psychometric evaluation. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 791-816.
- Liu, Y., Qu, Y., Lei, Z., & Jia, H. (2017). Understanding the evolution of sustainable consumption research. *Sustainable Development*, 25(5), 414-430.
- Spaargaren, G. (2020). Sustainable consumption: a theoretical and environmental policy perspective. In *The ecological modernisation reader* (pp. 318-333). Routledge.
- Stephens. L. D. (2017). *Essentials of Consumer Behavior*. Capitolul Consumer Research Methods. Routledge, pp. 16-29.
- Wang, C., Ghadimi, P., Lim, M. K., & Tseng, M. L. (2019). A literature review of sustainable consumption and production: A comparative analysis in developed and developing economies. *Journal of cleaner production*, 206, 741-754.
- <https://www.unep.org/topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-12-9>
- <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>
- <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Disciplina „Comportamente de consum sustenabil” oferă cadrul teoretic pentru aplicații practice viitoare de profil.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Rezolvarea cerințelor de examinare	Examen	50%
10.5 Seminar / Laborator	<ul style="list-style-type: none">• Prezență la seminare (minim 50% + 1)• Elaborarea și susținerea unor proiecte de seminar, sub formă de prezentări• Completare fișe de lucru• Implicare activă în activități de seminar• Intervenții pe parcursul semestrului	<ul style="list-style-type: none">• Înregistrare prezențe• Evaluare prezentare proiecte• Consemnare intervenții• Rezolvarea unor aplicații de seminar• Completarea fișelor de lucru	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Realizarea unei cercetări sociologice referitoare la comportamentul de consum sustenabil;			

**Data completării,
27.09.2024**

**Titular de curs,
Lect. dr. Alexandru-Cosmin Apostol**

**Titular de seminar,
Lect. dr. Alexandru-Cosmin Apostol**

**Data avizării în departament,
27.09.2024**

**Director de departament,
Conf. Univ. Dr. Mihaela Rădoi**