FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**UNIVERSITATEA DIN ORADEA**
1.2 Facultatea	**FACULTATEA DE INGINERIE ENERGETICĂ ŞI MANAGEMENT INDUSTRIAL**
1.3 Departamentul	**DEPARTAMENTUL DE TEXTILE-PIELĂRIE ŞI MANAGEMENT INDUSTRIAL**
1.4 Domeniul de studii	**INGINERIE ŞI MANAGEMENT**
1.5 Ciclul de studii	**MASTER**
1.6 Programul de studii/Calificarea	**MANAGEMENTUL CALITĂŢII ŞI PROTECŢIA CONSUMATORULUI ÎN DOMENIUL TEXTILE-PIELĂRIE**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				**POLITICI DE COMUNICARE ÎN RELAŢIA CU CONSUMATORUL**			
2.2 Titularul activităţilor de curs				conf. univ. ing. dr. ec. Tripa Simona			
2.3 Titularul activităţilor de seminar /laborator/proiect				conf. univ. ing. dr. ec. Tripa Simona			
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Ex	2.7 Regimul disciplinei	DOB

Obligatorie (DOB); Opțională (DOP); Facultativă (DFA)

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităţilor didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar	1
3.4 Total ore din planul de învăţământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar	14
Distribuţia fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri					10
Tutoriat					6
Examinări					3
Alte activităţi.....					3

3.7 Total ore studiu individual	**72**
3.9 Total ore pe semestru	**100**
3.10 Numărul de credite	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	(Conditionari)
4.2 de competenţe	

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1. de desfăşurare a cursului	**Condiții pe care le asigură furnizorul educației:** - Sală de curs, dotată cu tablă și cu laptop, videoproiector şi software adecvat – Power Point **Condiții impuse participanților la procesul educațional (studenți):** - Este interzisă utilizarea telefoanelor mobile in timpul orelor de curs - Se va evita întârzierea la cursuri
5.2. de desfăşurare a seminarului/laboratorului/proiectului	**Condiții pe care le asigură furnizorul educației:** - Sală de seminar, dotată cu tablă **Condiții impuse participanților la procesul educațional (studenți):** - Participarea la toate seminariile - Realizarea și prezentarea referatelor

	- Este interzisă utilizarea telefoanelor mobile in timpul orelor de seminar - Se va evita întârzierea la seminarii

6.1. Competenţele specifice acumulate

Competenţe profesionale	▪ cunoaşterea şi utilizarea adecvată a conceptelor de bază, a modalităţilor de comunicare cu consumatorii, a principiilor eticii în afaceri, a formelor de manifestare a responsabilităţii sociale
Competenţe transversale	▪ manifestarea unei atitudini responsabile faţă de formarea profesională continuă ▪ identificarea oportunităţilor de formare continuă şi utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaţionale

6.2. Rezultatele aşteptate ale învăţării

Cunoştiinţe	• Studentul/absolventul înțelege conceptele moderne de comunicare, protecția consumatorului și responsabilitate socială.
Aptitudini	• Studentul/absolventul utilizează instrumente specifice pentru comunicare organizațională, protecția consumatorului și responsabilitate socială.
Responsabilitate şi autonomie	• Studentul/absolventul promovează etica profesională și principiile specifice comunicarii organizaționale si protecției consumatorului în activitatea organizațională.

7. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	▪ cunoaşterea principalelor aspecte legate de comunicarea cu consumatorul, etica afacerilor, responsabilitatea sociala a organizaţiilor.
7.2 Obiectivele specifice	▪ să cunoască conceptele din domeniul comunicării cu consumatorul şi să le utilizeze adecvat ▪ să cunoască metodele folosite în comunicarea cu consumatorul ▪ să identifice practicile de marketing anticoncurenţiale, manipulative şi înşelătoare ▪ să conceapă strategii în domeniul comunicării cu consumatorul ▪ să dezvolte comportamente în conformitate cu rigorile etice şi responsabilitatea socială

8. Conţinuturi*

8.1 Curs	**Metode de predare**	**Nr. Ore / Obs.**
Modulul 1. COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI	prelegere, conversaţie	2 ore
Modulul 2. PROCESUL DE COMUNICARE - MODELE ȘI TIPURI DE COMUNICARE	prelegere, conversaţie	2 ore
Modulul 3. LOCUL ȘI ROLUL COMUNICĂRII ÎN CADRUL MIXULUI PROMOȚIONAL	prelegere, conversaţie	1 ore
Modulul 4. COMUNICAREA PUBLICITARĂ	prelegere, conversaţie	3 ore
Modulul 5. SPONSORIZAREA – MIJLOC DE COMUNICARE	prelegere, conversaţie	1 ore
Modulul 6. RELAȚIILE PUBLICE – FORMĂ DE COMUNICARE A FIRMEI CU CONSUMATORII	prelegere, conversaţie	1ore
Modulul 7. FORȚA DE VÂNZARE – COMPONENTĂ ESENȚIALĂ ÎN COMUNICAREA FIRMEI CU CONSUMATORII	prelegere, conversaţie	1 ore
Modulul 8. ETICA ÎN RELAŢIA FIRMELOR CU CONSUMATORII	prelegere, conversaţie	3 ore

Bibliografie

1. Grosseck, Gabriela, *Marketing şi comunicare pe Internet*, Editura Lumen, Iaşi, 2006
2. Ionescu, Gh. Gh., *Marketizarea, democratizarea şi etica afacerilor,* Editura Economică, Bucureşti, 2005

3. **Tripa, Simona** - *Industria romaneasca de textile si imbracaminte – prezent şi perspective*, Editura Universitatii din Oradea, 2010
4. Sachelarie, Octavian Mihail; Petrescu, Victor, *Sociologia comunicării,* Editura Paralela 45, Piteşti, 2006
5. Sandu Frunză, *Publicitatea şi administraţia publică sub presiunea eticii*, Ed. Lumen, 2015
6. Dale Carnegie, J. Oliver Crom, Michael Crom, *Tehnici de a vinde: cum să vindeţi mai mult şi mai bine,* Curtea Veche Publishing, Bucuresti, 2020
7. Nicolae Sfetcu, *Promovarea afacerilor prin campanii de marketing online,* MultiMedia Publishing, 2018
8. Legea 148/2000 privind publicitatea, publicată în M.O. nr. 359 din 2 august 2000
9. Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înşelătoare şi publicitatea comparativă, M.O. nr.559/24 iulie 2008
10. Ordonanţa de Urgenţă a Guvernului nr. 50/2010 privind contractele de credit pentru consumatori, publicată în M. O. nr. 389 din 11 iunie 2010
11. Cuc,S., **Tripa, S**. – *Comunicare managerială – exerciții, teste, studii de caz*, Editura Universității din Oradea, 2015
12. **Tripa, S.** - *Politici de comunicare în relaţia cu consumatorul* – note de curs incarcate pe platforma e-learning, 2026

8.2 Seminar	**Metode de predare**	**Nr. Ore / Obs.**
Comportamentul consumatorului	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Analiza factorilor care determină comportamentul consumatorului	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Procesul adoptării deciziei de cumpărare	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Procesul de comunicare - modele de comunicare	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Procesul de comunicare - tipuri de comunicare	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Locul și rolul comunicării în cadrul mixului promoţional	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Conceperea unor mesaje publicitare pentru diferite mijloace de publicitate	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	2
Analiza avantajelor si dezavantajelor diferitelor mijloace de publicitate si evidentierea modului de comunicare aferent fiecaruia	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Sponsorizarea – mijloc de comunicare	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Relațiile publice – formă de comunicare a firmei cu consumatorii	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Forța de vânzare – componentă esențială în comunicarea firmei cu consumatorii	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Etica în relaţia firmelor cu consumatorii - Etica în politica de produs si de preţ	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1
Etica în relaţia firmelor cu consumatorii - Etica în politica promoţională si de distribuţie	dezbatere, studii de caz, exercitii individuale si de grup	1

Bibliografie

1. Crăciun, D.; Morar, V.; Macoviciuc, V., *Etica afacerilor,* Editura Paideia, Bucureşti, 2005
2. Goicovici, Juanita, *Protecţia consumatorului*, 2006
3. **Tripa, Simona** - *Industria romaneasca de textile si imbracaminte – prezent şi perspective*, Oradea: Editura Universitatii din Oradea, 2010
4. Vegheş, Călin, *Marketing direct – note de curs*
5. Cuc,S., **Tripa, S**. – *Comunicare managerială – exerciții, teste, studii de caz*, Editura Universității din Oradea, 2015

6. **Tripa, S.** - *Politici de comunicare în relaţia cu consumatorul*, aplicatii seminar, incarcate pe platforma e-learning, 2026

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conţinutul disciplinei reflectă standardele de specialitate elaborate de comunitatea de specialişti din domeniul aferent programului.
- Disciplina îi pregăteşte pe masteranzi pentru ca, după absolvire, să deţină şi să utilizeze adecvat cunoştinţele specifice dreptului consumatorului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Răspunsuri corecte la întrebări	Evaluarea se realizează pe baza unui test scris (cu 10 întrebări)	60%
10.5 Seminar	Abordarea corectă a temei alese, surprinderea aspectelor relevante, coerenţa exprimării, utilizarea limbajului de specialitate, respectarea condiţiilor de redactare a unui referat	Evaluarea constă în notarea unui referat întocmit şi prezentat de masterand. La evaluarea finala se va lua în considerare si participarea activă a masteranzilor la desfăşurarea activităţii de seminar.	30% 10%
10.9 Standard minim de performanţă			
- răspunsuri corecte la cel puţin 5 întrebări din testul scris - elaborarea şi prezentarea unui referat care respectă cerinţele minime referitoare la conţinut şi redactare - participare activă la seminarii			

Data completării
10.09.2026

Titular de curs:
conf. univ. ing. dr. ec. Tripa Simona
Adresa de e-mail:
simona.tripa@didactic.uoradea.ro

Titular de seminar:
conf. univ. ing. dr. ec. Tripa Simona
Adresa de e-mail:
simona.tripa@didactic.uoradea.ro

Data avizării în department
25.09.2026

Semnătura Directorului de Departament,
Conf.univ.dr.ing.Sabina Gherghel
sgherghel@uoradea.ro

Data avizării în CF
29.09.2026

Semnătura Decanului Facultăţii IEMI
Conf.univ. dr. ing. Cristina HORA
chora@uoradea.ro