

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii	Marketing

2. Date despre disciplină											
2.1 Denumirea disciplinei				Protectia consumatorului							
2.2 Titularul activităților de curs											
2.3 Titularul activităților de seminar											
2.4 Anul de studiu		III	2.6 Semestrul		II	2.6 Tipul de evaluare		E	2.7 Regimul disciplinei		Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					8
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	77				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	Marketing, Comportamentul consumatorului
4.2 de competențe	Utilizarea Microsoft Excel, Powerpoint



5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs dotata cu videoproiector, ecran de proiecție, computer, conexiune la internet si boxe audio
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de curs dotata cu videoproiector, ecran de proiecție, computer, conexiune la internet si boxe audio

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	☐ Să își însușească informațiile referitoare la importanța și utilizarea principiilor protecției consumatorilor ☐ Să cunoască factorii principali care condiționează respectarea și protecția consumatorilor ☐ Să cunoască cerințele ecologice și specificitatea protecției consumatorilor ☐ Conceperea unor noi produse și servicii ☐ controlul calității prin prisma protecției consumatorilor
Competențe transversale	☐ Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasa, eficienta si responsabila ☐ Identificarea rolurilor si responsabilităților într-o echipa pluri specializata si aplicarea de tehnici de relaționare si munca eficienta in cadrul echipei ☐ Identificarea oportunităților de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Instruirea teoretică și practică privind importanța, conținutul și utilizarea principiilor și cerințelor protecției consumatorilor.
7.2 Obiectivele specifice	Cursul asigură formarea deprinderilor necesare utilizării de metode, tehnici, instrumente specifice racordarii la legislatia privind protectia consumatorului. Oferă instrumentarul științific necesar rezolvării unor probleme practice.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
CAP. I. Importanța disciplinei	Expunere Conversație/dialog	2 ore



CAP.II. Protecția consumatorilor 2.1. Rolul și locul consumatorului în economia de piață 2.2. Conceptul de consumator. 2.3. Structura consumatorilor 2.4. Drepturile consumatorilor.	Expunere Modelare Problematizare	4 ore
CAP.III. Protecția consumatorilor pe plan regional 3.1. Politica U.E. în domeniul protecției consumatorului. 3.2. Cadrul legislativ european în domeniul protecției consumatorului. 3.3. Principiile directoare O.N.U. cu privire la protecția consumatorilor	Expunere Conversație/dialog	4 ore
CAP.IV. Protecția consumatorilor în România 4.1. Ordonanța guvernului nr.21/1992 4.2. Cadrul legislativ al protecției consumatorilor în România. 4.3. Cadrul instituțional al protecției consumatorilor în România	Modelare Studiu de caz Simulare	4 ore
	Modelare Studiu de caz Simulare	2 ore
CAP.V. Protecția intereselor consumatorilor 5.1. Protecția consumatorilor în contractele încheiate în afara spațiilor comerciale. 5.2. Protecția consumatorilor în contractele la distanță. 5.3. Protecția consumatorilor împotriva clauzelor abuzive din contracte	Expunere Conversație/dialog Studiu de caz	4 ore
CAP.VI. Protecția consumatorilor de servicii 6.1. Protecția turiștilor 6.2. Regimul juridic al publicității 6.3. Servicii de alimentație publică-încadrarea pe tipuri a unităților		



		4 ore
CAP.VII. Protecția consumatorilor de produse alimentare	Expunere Conversație/dialog Studiu de caz	
CAP.VIII. Protecția consumatorilor de produse nealimentare	Expunere Conversație/dialog Studiu de caz	2 ore
CAP.IX. Obligațiile ce revin agenților economici care fabrică, depozitează și comercializează produse	Expunere Conversație/dialog Studiu de caz	2 ore
Bibliografie 1. * * * 1995 - “Aplicarea sistemului internațional HACCP în circuitul alimentelor”, caiet informativ, Institutul de Igienă și Sănătate Publică, București. 2. * * * - “Directiva CEE 90/496 privind modelele de etichetare nutrițională” 3. * * * - 1991 - “Lé contrôle de la qualité dans l’industrie alimentaire”, manual de prezentare, CCI CNUCED/GATT, Geneva. 4. * * * - 1995 - “Ordonanța Guvernului nr.42/29 august 1995 privind producția de produse alimentare destinate comercializării”, publicată în M.O., partea I, din 1 septembrie. 5. * * * - 1999 - “Ordonanța Guvernului nr.113/31 august 1999 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor”, publicată în M.O., partea I, nr.430/31 august.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Protecția consumatorilor 11. Rolul și locul consumatorului în economia de piață 1.2. Conceptul de consumator. 1.3. Structura consumatorilor	Problematizare Studiu de caz	4 ore
2. Protecția consumatorilor în România 2.1. Ordonanța guvernului nr.21/1992 2.2. Cadrul legislativ al protecției consumatorilor în România. 2.3. Cadrul instituțional al protecției consumatorilor în România	Exercițiu Studiu de caz	4 ore
3. Protecția intereselor consumatorilor 3.1. Protecția consumatorilor în contractele încheiate în afara spațiilor comerciale.	Evaluare continuă	6 ore



3.2. Protecția consumatorilor în contractele la distanță. 3.3. Protecția consumatorilor împotriva clauzelor abuzive din contracte		
4. Protecția consumatorilor de servicii 4.1. Protecția turiștilor 4.2. Regimul juridic al publicității 4.3. Servicii de alimentație publică-încadrarea pe tipuri a unităților	Exercițiu Studiu de caz	6 ore
5. Protecția consumatorilor de produse alimentare	Problematizare Studiu de caz	4 ore
6. Protecția consumatorilor de produse nealimentare	Studiu de caz Simulare	4 ore
. * * * - 2001 – Sistemul legislativ de protecție a consumatorilor în România, Ed. Eurografica, București.		

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

În vederea identificării unor cai de modernizare și îmbunătățire continuă a predării și a conținutului cursurilor, cu cele mai actuale teme și probleme practice, cadrele didactice participă la conferințele și simpozioanele de specialitate unde se întâlnesc cu specialiști în domeniu, fiind dezbătute aspecte actuale și de perspectivă ale protecției consumatorilor în România și Europa.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Promovarea evaluărilor pe parcurs	Evaluare finală-examen	70%
10.5 Seminar/laborator	Promovarea verificării pe parcurs	Evaluare pe parcurs 1	30%
10.6 Standard minim de performanță			
☐ Definirea conceptelor de bază din cadrul disciplinei și însușirea noțiunilor și cunoștințelor generale necesare aplicării metodelor/tehnichilor specifice cercetării de marketing			

