

# CUPRINS

---

<b>Prefață</b> .....	9
<b>Capitolul 1</b>	
<b>TRILOGIA MARFĂ-CALITATE-CONSUMATOR</b>	
<b>ÎN SOCIETATEA CONTEMPORANĂ</b> .....	15
1.1 Marfa în accepțiunea comerțului modern .....	15
1.2 Calitatea – factor determinant în fundamentarea deciziei de cumpărare .....	19
1.3 Consumatorul – ax central al economiei contemporane .....	35
<b>Capitolul 2</b>	
<b>ELEMENTE DEFINITORII ALE PSIHOLOGIEI CONSUMATORULUI</b> ..	39
2.1 Tipurile psihologice .....	39
2.2 Factorii de influență ai comportamentului consumatorului .....	44
2.3 Etapele procesului de adoptare a deciziei de cumpărare.....	52
<b>Capitolul 3</b>	
<b>ASPECTE ACTUALE PRIVIND EDUCAȚIA CONSUMATORULUI</b> .....	61
3.1 Necesitatea unui consumator educat .....	62
3.2 Dilema consumism-consumatorism-consumerism .....	64
3.3 Consumatorul etic și consumerismul etic .....	69
3.4 Mutații în comportamentul consumatorului modern.....	74
3.5 Paradigmele consumului în perioada actualei crize economice.....	81
<b>Capitolul 4</b>	
<b>EVOLUȚIA DREPTURILOR ȘI RESPONSABILITĂȚILOR</b>	
<b>CONSUMATORULUI</b> .....	84
4.1 Drepturile consumatorului în societatea contemporană .....	84
4.2 Obligațiile ce revin agenților economici în relație cu consumatorii .....	93
4.3 Responsabilitatea socială a consumatorilor .....	96
4.4 Consumul sustenabil și responsabilitățile sociale .....	100

**Capitolul 5****PROTECȚIA CONSUMATORULUI ȘI PRINCIPALELE SALE FORME**

<b>DE MANIFESTARE .....</b>	<b>105</b>
5.1 Trăsături definitorii ale protecției consumatorilor .....	105
5.2 Forme de organizare națională a protecției consumatorilor în spațiul european.....	111
5.3 Instituții și organizații europene cu preocupări în domeniul protecției consumatorilor.....	117
5.4 Organisme internaționale pentru protecția consumatorilor.....	121

**Capitolul 6****EDUCAȚIA NUTRIȚIONALĂ A CONSUMATORULUI.....**

6.1 Balanța energetică a organismului .....	124
6.2 Rolul macro- și micronutrienților în alimentația corectă a consumatorului modern .....	127
6.3 Principalele etape ale procesului de creare a unui model alimentar .....	134
6.4 Modelul de alimentație USDA – principalele repere în evoluție.....	139
6.5 Modelul de alimentație mediteraneană – reflectare a tradiției și culturii alimentare .....	147

**Capitolul 7****OFERTA ACTUALĂ DE ALIMENTE – ABORDARE DIN PERSPECTIVA  
RISCURILOR ȘI A BENEFICIILOR PENTRU CONSUMATOR .....**

7.1 Riscuri pentru consumator implicate de tehnicile moderne de obținere a alimentelor .....	154
7.2 Beneficii pentru consumator ale tendințelor de diversificare a ofertei de alimente .....	166

**Capitolul 8****ETICHETAREA PRODUSELOR NEALIMENTARE ÎN SPRIJINIREA  
INFORMĂRII ONESTE A CONSUMATORULUI.....**

8.1 Etichetarea detergenților și a produselor de curățat .....	176
8.2 Etichetarea produselor textile.....	180
8.3 Etichetarea încălțăminte.....	187
8.4 Etichetarea produselor cosmetice.....	188
8.5 Etichetarea energetică a aparatelor electrocasnice.....	191
8.6 Etichetarea anvelopelor.....	192
8.7 Etichetarea ecologică a produselor nealimentare .....	195

**Capitolul 9****ETICHETAREA ALIMENTELOR – MIJLOC DE ORIENTARE  
A COMPORTAMENTULUI ALIMENTAR**

<b>AL CONSUMATORULUI MODERN</b> .....	200
9.1 Mențiunile obligatorii de etichetare a produselor alimentare .....	200
9.2 Conținutul și forma de prezentare a etichetei nutriționale .....	205
9.3 Sisteme de etichetare nutrițională FOP (Front – of – Package) .....	212

**Capitolul 10**

<b>VOCEA CONSUMATORULUI ÎN SPAȚIUL VIRTUAL</b> .....	221
10.1 Evoluția Internetului și impactul asupra societății .....	221
10.2 Media socială – conversație, conexiune, interacțiune .....	226
10.3 Particularități ale comportamentului consumatorului în spațiul web.....	234

<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	241
---------------------------	-----

<b>ANEXA 1</b> .....	261
----------------------	-----

<b>ANEXA 2</b> .....	264
----------------------	-----

<b>ANEXA 3</b> .....	266
----------------------	-----