

Post concurs: **PROFESOR**, poziția **14**

Disciplinele postului: **Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului (opt.)**, **Cultura consumatorului**, **Antroposociologie comercială (opt.)**

## **TEMATICA DE CONCURS**

### **Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului**

1. Abordări moderne ale calității alimentelor
2. Factorii nutriționali fundamentali ai alimentației în contextul securității alimentare a consumatorului
3. Evoluții în dezvoltarea schemelor de etichetare a alimentelor în relație cu protecția consumatorului și a mediului
4. Potențialul nutritiv al principalelor grupe de mărfuri alimentare
5. Metode de evaluare a profilului nutrițional al alimentelor
6. Evoluția modelelor de alimentație – de la alimentația sănătoasă la dieta sustenabilă
7. Noutate și tradiție în peisajul alimentației contemporane

### **Cultura consumatorului**

1. Dimensiuni teoretice și arii de cercetare în cultura consumatorului
2. Evoluția societății de consum – de la consumul ostentativ la consumul experiențial
3. Mcdonaldizarea – factor determinant al globalizării culturii consumului
4. Coordonate actuale ale consumului etic

### **Antroposociologie comercială**

1. Contribuții teoretice și implicații practice ale antropologiei în business
2. Etnografia – principala metodă de cercetare în antropologie
3. Alimentația – ritual social și identitate culturală

## **BIBLIOGRAFIE:**

1. Albert, J., Innovations in food labelling, Rome: CRC Press, 2010, ISBN 9781845696764.
2. Bazin, L.; Selim, M., Motive economice în antropologie, Iași: Institutul European, 2010, ISBN 9789736116315.
3. Bobe, M.; Popescu, D. V., Mărfuri alimentare: implicații operaționale în business, București: Editura ASE, 2015, ISBN 9786065058842.
4. Dernini, S.; Burlingame, B. (eds.), Sustainable diets and biodiversity: directions and solutions for policy, research and action. International Scientific Symposium Biodiversity and Sustainable Diets United Against Hunger, Rome: FAO, 2010, ISBN 9789251073117.
5. Eriksen, T. H.; Mitchell, J. P., A history of anthropology, London: Pluto Press, 2013, ISBN 9780745333526.

6. Featherstone, M., Consumer culture and postmodernism, Los Angeles: Sage Publications, 2007, ISBN 9781412910132.
7. Freedman, P. (coord.), Istoria gustului, București: Vellant, 2008, ISBN 9789738875814.
8. Istudor, N.; Chelmu, S., Bioeconomia: o abordare durabilă a sectorului agroalimentar, București: Editura Economică, 2012, ISBN 9789737096067.
9. Lipovetsky, G., Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum, Iași: Editura Polirom, 2007, ISBN 9789734606399.
10. Metcalf, P., Anthropology: the basics, London: Routledge, 2005, ISBN 9780415331203.
11. Mariampolski, H., Ethnography for marketers: a guide to consumer immersion, California: Sage Publications, 2006, 9780761969464.
12. Negrea, T. M., Fundamentele științei mărfurilor, București: Editura ASE, 2007, ISBN 9786065050013.
13. Onete, B. C., Modelarea în știința mărfurilor: o abordare din perspectiva consumatorului, București: Editura ASE, 2010, ISBN 9786065053519.
14. Pamfilie, R., Procopie, R., Design și estetică în business, București: Editura ASE, 2013, ISBN 9786065055896.
15. Popescu, D., Alimentație și igiena mărfurilor, București: Editura ASE, 2006, ISBN 9789735948795.
16. Ritzer, G., Mcdonaldizarea societății, București: Editura Comunicare.ro, 2003, ISBN 9738376254.
17. Sherry, J. F.; Belk, R. W. (eds.), Consumer culture theory, Bingley: Emerald, 2007, ISBN 9781848559844; 9780762314461.
18. Thompson, B.; Amoroso, L. (eds.), Improving diets and nutrition: food-based approaches, Rome: FAO, 2014, ISBN 9789251073193.