**UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIŞTE**

**FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE**

**DEPARTAMENTUL MANAGEMENT-MARKETING**

FIŞA DISCIPLINEI

1.Date despre program

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior |  UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIŞTE |
| 1.2 Facultatea/Departamentul |  ŞTIINŢE ECONOMICE |
| 1.3 Departamentul |  MANAGEMENT-MARKETING |
| 1.4 Domeniul de studii |  ADMINISTRAREA AFACERILOR |
| 1.5 Ciclul de studii |  LICENŢĂ |
| 1.6 Programul de studii/Calificarea |  ECONOMIA COMERŢULUI, TURISMULUI ŞI SERVICIILOR |

2.Date despre disciplină

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei |  LOGISTICA ŞI DISTRIBUȚIA MĂRFURILOR |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs |  |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar |  |
| 2.4 Anul de studiu | **III** | 2.5 Semestrul | **I** | 2.6 Tipul de evaluare | Examen scris | 2.7 Regimul disciplinei | Obligatorie |

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | **3** | din care: 3.2 curs | **2** | 3.3 seminar/laborator | **1** |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | **42** | din care: 3.5 curs | **28** | 3.6 seminar/laborator | **14** |
| Distribuţia fondului de timp | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | 15 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | 10 |
| Tutoriat | 8 |
| Examinări | 7 |
| Alte activităţi .................................................. | - |
| 3.7 Total ore studiu individual | 23 |
| 3.9 Total ore pe semestru | 125 |
| 3.10 Numărul de credite | **5** |

4.Precondiţii (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  Macroeconomie, Microeconomie, Management, Marketing |
| 4.2 de competenţe |  Înțelegerea și utilizarea corectă a conceptelor specifice domeniului distribuției și deplasării mărfurilor  |

5.Condiţii (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului | Echipament de predare multimedia, Internet, platforma Moodle, plarforme de viodeoconferințe |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului | Echipament de predare multimedia, Internet, platforma Moodle, plarforme de viodeoconferințe |

6.Competenţe specifice acumulate

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe profesionale | C2 Comercializarea produselor/serviciilorC3 Gestionarea relatiilor cu clientii si furnizoriiC4 Gestionarea si alocarea resurselor materiale si financiare |
| Competenţe transversale | CT2. Identificarea rolurilor si responsabilitatilor intr-o echipa plurispecializata si aplicarea de tehnici de relationare si munca eficienta in cadrul echipeiCT3. Identificarea oportunitatilor de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si tehnicilor de invatare pentru propria dezvoltare |

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

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | OG 1.  Formarea abilităţii de analiză a circuitelor de distribuţie optime pentru ca parcursul logistic al produselor spre consumatorii finali să se facă în condiţii de eficienţă  |
| 7.2 Obiectivele specifice | * Formarea capacităţii de analiză a rolului şi influenţei consumatorului asupra funcţionării corecte a pieţei;
* Stăpânirea corelaţiei între dinamica mediului de afaceri şi capacitatea producătorilor şi distribuitorilor de a răspunde adecvat cerinţelor consumatorilor finali
* Identificarea domeniilor de convergenţă ale intereselor producătorilor şi distribuitorilor în sensul stabilirii unor relaţii de cooperare sau chiar de parteneriat;
* Stăpânirea criteriilor de delimitare a diferitelor tipuri de puncte de vânzare
 |

8.Conţinuturi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.1 Curs** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| Prezentarea obiectivelor și a tematicii întregului curs și a competențelor ce vor fi dobândite de către studenți după studierea acestei discipline. Prezentarea sistemului de evaluare și a modalității de examinare. Prezentarea bibliografiei necesare aprofundării disciplinei | Prelegere însoțită de întrebări din partea studenților și răspunsuri la întrebări |  |
| Conceptul de distribuţie   | Expunerea, conversaţia, explicaţia  |  |
| Instituţionalizarea procesului de distribuţie a mărfurilor | Expunerea, conversaţia, explicaţia |  |
| Comerţul de gros | Prelegere, dezbateri, explicaţii |  |
| Comerţul cu amănuntul | Expunerea, conversaţia, explicaţia |  |
| Managementul distribuţiei | Prelegere, dezbateri, explicaţii |  |
| Logistica mărfurilor ca sistem. Integrarea funcţiei logistice în ansamblul decizional al organizaţiei | Expunerea, conversaţia, explicaţia  |   |
| Relaţia între logistică şi marketing- Marketingul – ansamblul de metode şi tehnici pentru asigurarea mărfurilor şi serviciilor la locul, momentul şi sortimentul solicitate de consumator- Logistica mărfurilor – transferul proprietăţii pe verigile lanţului parcurs de produs de la producător până la consumator | Expunerea, conversaţia, explicaţia |   |
| Serviciile oferite clientelei- Fabricanţii – producători de răspunsuri la întrebările puse de consumatori- Consumatorii în aşteptarea nivelului de satisfacţie previzionat în legătură cu produsele şi serviciile distribuite- Punctele de vânzare – producători de schimburi | Expunerea, conversaţia, explicaţia |   |
| Cumpărarea, transportul, stocarea şi depozitarea mărfurilor- Iniţierea cumpărării: selecţia furnizorilor, valorificarea experienţei în domeniul vânzărilor, asigurarea ofertei din punct de vedere cantitativ şi calitativ- Funcţia de transport şi de „pompare” a producţiei- Funcţia de asortiment- Funcţia de stocaj | Expunerea, conversaţia, explicaţia |   |
| Logistica marilor lanţuri de magazineLogistica specifică punctelor de vânzare | Expunerea, conversaţia, explicaţia |   |
| Logistica şi internaţionalizarea pieţei- Internaţionalizarea pieţei – concept- Trade marketing – strategie posibilă ca răspuns în faţa creşterii puterii marii distribuţii- Producătorii de mărci naţionale în căutarea de mijloace de apărare împotriva presiunii crescânde ale lanţurilor multinaţionale de distribuţie | Expunerea, conversaţia, explicaţia |  |
| **Bibliografie**1. Aldin, N., Stahre, F. – „Electronic commerce, marketing channels and logistics platforms – a wholesaler perspective” – European Journal of Operational Research, Elsevier Science B.V., 2003, Volume 144, Issue 2
2. Bălan, C. – „Logistica – parte integrantă a lanţului de aprovizionare-livrare” – Ediţia a III-a revăzută şi adăugită, Editura Uranus, Bucureşti, 2007
3. Cohen Sh., Roussel J. – „Avantage Supply Chain” – Éditions d’Organisation, 2005
4. David, A., Saïd-Kabèche, D., „L’impact des TIC. Logistique, transport, relation de service, organization”, La Documentation française, Paris 2006
5. Dornier, Ph.-P., Fender, M., „La logistique globale et le Supply Chain Management. Enjeux, principes, exemples”, 2e édition, Eyrolles, 2007
6. Gattorna, J. (coordonator), Managementul logisticii şi distribuţiei, Editura Teora, Bucureşti, 1999
7. Gherasim, A., Gherasim, D., „The Role of Distribution in the Marketing Mix”, Economy Transdisciplinarity Cognition, [www.ugb.ro/etc](http://www.ugb.ro/etc), Vol. 19, Issue 1/2016, pp.78-82
8. Popa, V. „Managementul lanţului de distribuţie /aprovizionare pentru un răspuns eficient consumatorului”, Valahia University Press și Editura Zven, Târgovişte, 2017
9. Purcărea Th., „Managementul logisticii și distribuției”, <https://documente.net/document/t-p-managementul-logisticii-si-distributiei1.html>, postat 2015
10. Ristea A.-L., Tudose C., Ioan-Franc V. – „Tehnologie comercială”, Ed. Expert, Bucureşti, 1999
11. Ristea A.-L., Ioan-Franc V., Purcărea Th. – „Economia distribuţiei. Marketing, management, dezvoltare, Editura Expert, Bucureşti, 2005
12. Rushton, A., Croucher, Ph., Baker, P., „The handbook of logistics and distribution management”, 6th Edition, The Chartered Institute of Logistics and Transport (UK), Kogan Page, London, 2017
13. Samii K. Alexandre – „Stratégie logistique. Supply Chain Management” – 3e édition, Dunod, Paris, 2004
14. \*\*\*http://ecr-all.org
15. \*\*\*www.amfiteatrueconomic.ro, Nr. 24, iunie 2008 – *Logistica mărfurilor / The logistics of merchandise*
 |
|  |
| **8.2 Seminar/laborator** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| Prezentarea modalității de lucru și a sistemului de evaluare la seminar pentru această disciplină. Prezentarea cerințelor minimale de activitate și participare la seminar. Prezentarea cerințelor proiectului și a tematicii  | Prezentare urmată de dialog cu studenții |  |
| Analiza structurii unei reţele de distribuţie | Studiu de caz |   |
| Gestiunea logisticii integrate | Dezbateri şi exemple |   |
| Legătura logisticii cu sistemele macro şi micro economice | Dezbateri şi exemple |   |
| Interpretarea corelaţiilor între distribuție, logistică şi mixul de marketing | Dezbatere, test |   |
| Mixul logistic în domeniul .... | Aplicaţii |   |
| Susținerea proiectelor  | Prezentarea de către studenți a proiectelor de disciplină; Feedback oferit de coordonatorul de seminar și de participanții la seminar |   |
| Internaţionalizarea pieţelor şi implicaţia asupra logisticii | Dezbateri şi exemple |   |
| **Bibliografie**1. Aldin, N., Stahre, F. – „Electronic commerce, marketing channels and logistics platforms – a wholesaler perspective” – European Journal of Operational Research, Elsevier Science B.V., 2003, Volume 144, Issue 2
2. Cohen Sh., Roussel J. – „Avantage Supply Chain” – Éditions d’Organisation, 2005
3. David, A., Saïd-Kabèche, D., „L’impact des TIC. Logistique, transport, relation de service, organization”, La Documentation française, Paris 2006
4. Dornier, Ph.-P., Fender, M., „La logistique globale et le Supply Chain Management. Enjeux, principes, exemples”, 2e édition, Eyrolles, 2007
5. Gherasim, A., Gherasim, D., „The Role of Distribution in the Marketing Mix”, Economy Transdisciplinarity Cognition, [www.ugb.ro/etc](http://www.ugb.ro/etc), Vol. 19, Issue 1/2016, pp.78-82
6. Popa, V. „Managementul lanţului de distribuţie /aprovizionare pentru un răspuns eficient consumatorului”, Valahia University Press și Editura Zven, Târgovişte, 2017
7. Purcărea Th., „Managementul logisticii și distribuției”, <https://documente.net/document/t-p-managementul-logisticii-si-distributiei1.html>, postat 2015
8. Ristea A.-L., Tudose C., Ioan-Franc V. – „Tehnologie comercială”, Ed. Expert, Bucureşti, 1999
9. Ristea A.-L., Ioan-Franc V., Purcărea Th. – „Economia distribuţiei. Marketing, management, dezvoltare, Editura Expert, Bucureşti, 2005
10. Rushton, A., Croucher, Ph., Baker, P., „The handbook of logistics and distribution management”, 6th Edition, The Chartered Institute of Logistics and Transport (UK), Kogan Page, London, 2017
11. Samii K. Alexandre – „Stratégie logistique. Supply Chain Management” – 3e édition, Dunod, Paris, 2004
12. \*\*\*http://ecr-all.org
13. \*\*\*www.amfiteatrueconomic.ro, Nr. 24, iunie 2008 – *Logistica mărfurilor / The logistics of merchandise*
14. \*\*\* Revista Piata www.revista-piata.ro
15. \*\*\* Revista Progresiv www.magazinulprogresiv.ro
 |

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

|  |
| --- |
|  Conținutul este coroborat cu cerințele mediului economic de profil |

10.Evaluare

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | Dobândirea cunoștințelor specifice disciplinei prin evaluarea cunoştinţelor acumulate  |  Răspunsurile la examen (evaluarea finală) | 50 % |
| Participare constantă la activitatea didactică | Evaluare pe parcursul semestrului prin întrebări și răspunsuri (platforma Moodle) | 10 % |
| 10.5 Seminar/laborator |  Însușirea cunoștințelor transmise prin prelegeri și materiale bibliografice |  Evaluare prin test (E-mail / platforma Moodle) | 10 % |
|  Realizarea proiectelor de disciplină | Se notează conținutul proiectului și prezentarea acestuia (proiect este încărcat pe platforma Moodle și prezentat în videoconferință utilizând Teams sau Cisco Webex) | 20 % |
| Dezbateri și studii de caz | Răspunsuri la dezbateri, rezolvarea studiilor de caz la seminar | 10% |
| 10.6 Standard minim de performanţă * Cunoaşterea noţiunilor de bază specifice disciplinei
* Capacitatea de a rezolva probleme şi teste de dificultate medie
 |