



FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	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	4	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					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					20
Examinări					14
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					144
3.9 Total ore pe semestru					200
3.10 Numărul de credite					8

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C5. Elaborarea și gestiunea strategiei de marketing C6. Implementarea strategiei de marketing a organizației
Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în elaborarea strategiei personale în activitatea proprie astfel încât să se asigure eficiența în condiții de rigoare și responsabilitate CT2 Stabilirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară, asigurarea ei sinergice în vederea realizării obiectivelor

	stabilite
--	-----------

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Utilizarea celor mai noi metode de integrare, stimulare, informare si instruire a resursei umane destinata procesului de implementare a strategiei de marketing a organizatiei.
7.2 Obiectivele specifice	▪ Aplicarea metodelor avansate de pilotaj ale organizatiei pentru atingerea obiectivelor strategiei de marketing; ▪ Analiza tuturor componentelor planului strategic de marketing in organizatie in vederea stabilirii strategiilor corporative, ale celor de afaceri, ale celor functionale si a celor globale ale organizatiei. ▪ Elaborarea unui proiect de strategie de marketing si a indicatorilor de gestiune a acestuia.

8.Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Capitolul 1. DEMERSUL MANAGEMENTULUI CĂTRE MANAGEMENTUL COLABORATIV 1.1. Managementul alianțelor 1.2. Parteneriatul dintre producator și distribuitor 1.3. Managementul colaborativ (Collaborative Management), o strategie de viitor	Prelegere, dezbateri	2 ore
Capitolul 2. SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) 2.1. Efectul de bullwhip 2.2. Managementul lanțului de distribuție/aprovizionare (SCM - Supply Chain Management) 2.3. Integrarea în lanțul de distribuție /aprovizionare 2.4. Planificarea cerintelor materiale (MRP1), Planificarea resurselor materiale (MRP2), Enterprise resource planning (ERP) 2.5. Managementul proceselor lanțului de distribuție /aprovizionare folosind modelul SCOR (Supply Chain Operations Reference) 2.6. Reproiectarea proceselor lanțului logistic	Prelegere, dezbateri	4 ore
Capitolul 3. MANAGEMENTUL CERERII (DEMAND SIDE) 3.1. Managementul valorii la consumator (Consumer Value Management) 3.2. Managementul strategic al valorii la consumator 3.3. Disponibilitatea optima la raft (Optimal Shelf Availability), Administrarea rupturilor de stoc (OOS - Out of Stock) pentru un răspuns eficient la consumator 3.4. Cross Doking	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Capitolul 4. MANAGEMENTUL FURNIZARII/OFERTEI (SUPPLY SIDE) 4.1. Managementul colaborativ al relației cu furnizorul (SRM – Supplier Relationship Management) 4.2. Alinierea strategică a furnizorilor de servicii logistice (3PL – Third-Party Logistics) la managementul lanțului de distribuție /aprovizionare 4.3. Tehnici și instrumente în serviciile logistice 4.4. Ambalarea /împachetarea produselor gata pentru expunere (SRP – Shelf Ready Packaging) 4.5. Programul de reprovizionare continuă (CR – Continuous Replenishment Programme) și managementul lanțului logistic	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Capitolul 5. EFFICIENT CONSUMER RESPONSE (ECR) 5.1. ECR – răspuns eficient pentru consumator, orientare strategică a SCM 5.2. Trasabilitatea și siguranța alimentară pe lanțul logistic. Modelul global ECR – Europe.	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Capitolul 6. TEHNOLOGII ALE INFORMAȚIEI ȘI COMUNICAȚIILOR ÎN SCM 6.1. Transferul electronic de date (EDI – Electronic Data Interchange) 6.2. Implementarea proiectului de transfer electronic al datelor 6.3. Servicii informaționale oferite de terți (4PL – Fourth-Party Logistics). Value Added Network	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
7. INSTRUMENTE MANAGERIALE (ENABLERS & INTEGRATORS) 7.1. Colaborarea în planificare, prognoză și reprovizionare (CPFR – Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) 7.2. Lean Thinking in SC	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Capitolul 8. STANDARDE GLOBALE ÎN SCM, ÎN CONSUMER GOODS ȘI RETAIL 8.1. Folosirea RFID (Radio Frequency Identification) și EPC (Electronic	Prelegere, dezbateri	4 ore

Product Code) în managementul lanțului de Distribuție 8.2. Alinierea informațiilor într-un lanț logistic, prin standardele GDS (Global Data Synchronization) și EPC Global, coordonate de GCI (Global Commerce Initiative) 8.3. Clasificarea globală a produselor (GPC-Global Product Classification) 8.4. Etichetarea inteligentă (Intelligent Tagging)		
Capitolul 9. MĂSURAREA PERFORMANȚEI ÎN SCM 9.1. Măsurarea valorii la consumator 9.2. Măsurarea performanței alianței dintre două organizații pentru promovarea unui produs FMCG (Fast Moving Consumer Goods)	Prelegere, dezbateri	2 ore
Capitolul 10. NOI DIRECȚII ÎN MANAGEMENTUL SC 10.1. Managementul riscului în lanțul de distribuție/aprovizionare 10.2. Securitatea lanțului de distribuție/aprovizionare 10.3. Clientul conduce lanțul de aprovizionare (Customer-Driven Supply Chain) 10.4. Reverse supply chain management 10.5. Financial Supply Chain Management 10.6. Internet of Things, Physical Internet and Artificial Intelligence & Blockchain	Prelegere, dezbateri, exemple	6 ore

Bibliografie

- Norris, Mark, Steven West - „eBusiness Essentials”, Editura John Wiley & Sons, Inc., 2000, Anglia
- Trepper Charles - „E-Commerce Strategies”, Microsoft Press, 2000, Washington
- Cohen and Roussel - „Strategis Supply Chain Management”, Ed. Mc. Graw Hill, SUA 2005
- Cohen and Roussel - „Advantage Supply Chain”, Editions d’Organisation 2005
- Charles Poirier, Stephen E. Reiter - „La Supply Chain”, Ed. Dunod, Paris 2001
- Alexandre K. Samii - „Strategie Logistique”, 3e Edition, Ed. Dunod, Paris 2004
- Alexandre K. Samii - „Strategies de Service”, Ed. Dunod, Paris 2001
- Alexandre K. Samii - „Strategie Logistique”, 2e Edition, Ed. Dunod, Paris 2001
- Sunil Chopra, Peter Meindl - „Supply Chain Management”, Second Edition, Pearson Prentice Hall, 2004
- Arjan J. Van Weele - „Purchasing Supply Chain Management”, Fourth Edition, Thomson Learning 2005
- Benjamin Faraggi - „Tracabilite”, Ed. Dunod, Paris 2006
- Yves Pimor - „Logistique”, 4e edition, Ed. Dunod, Paris 2005
- Francis Harrison - „Supply Chain Management Workbook”, Ed. Reed Educational and Professional Publishing Ltd 2001
- Bowon Kim - „Supply Chain Management”, Ed. John Wiley and Sons, Asia 2005
- Robert B. Handfield - „Supply Chain Redesign”, Financial Times Prentice Hall, 2002
- John Gattorna - „Living Supply Chains”, Pearson Education Limited, 2006
- Martin Christopher - „Logistics and Supply Chain Management”, Pearson Education Limited 2005
- POPA, Virgil - „E.C.R. (Efficient Consumer Response) - Răspuns eficient pentru consumator. Strategii, politici, tehnici, instrumente”, Editura Economică, București, 2000
- POPA, Virgil - „Strategii manageriale interorganizaționale”, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2004
- POPA, Virgil; IONESCU Aurelian, „Global ECR Scorecard, Măsurarea performanței alianței ECR (Efficient Consumer Response)”, Valahia University Press, 2009
- POPA, Virgil - „Supply Chain Management in Consumer Goods Industry and Retail. Managementul lanțului de distribuție/aprovizionare pentru un răspuns eficient consumatorului”, Valahia University Press, 2009
- POPA, Virgil - „Supply Chain Management for Efficient Consumer Response”, Editura Valahia Press & Zven SRL
- GATTORNA, L. John - „Managementul logisticii și distribuției”, Editura Teora, București, 1999
- *** <http://www.scm-journal.com>
- *** <http://www.scm4ecr.com>
- *** <http://www.virgilpopa.com>

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminar 1: Procesele lanțului logistic Seminar 2: Benchmarking pentru procesele lanțului Seminar 3: Măsurarea performanței lanțului logistic Seminar 4: Măsurarea performanței alianței ECR Seminar 5: Indicatori de măsurare ai logisticii din Supply Chain Seminar 6: Indicatori ai costului, timpului trasabilității produselor pe lanțul de aprovizionare/distribuție Seminar 7: Reproiectarea lanțului logistic	studii de caz exemple, dezbateri	4 ore pentru fiecare seminar

Bibliografie

- Norris, Mark, Steven West - „eBusiness Essentials”, Editura John Wiley & Sons, Inc., 2000, Anglia
- Trepper Charles - „E-Commerce Strategies”, Microsoft Press, 2000, Washington
- Cohen and Roussel - „Strategis Supply Chain Management”, Ed. Mc. Graw Hill, SUA 2005
- Cohen and Roussel - „Advantage Supply Chain”, Editions d’Organisation 2005

5. Charles Poirier, Stephen E. Reiter - "La Supply Chain", Ed. Dunod, Paris 2001
6. Alexandre K. Samii - "Strategie Logistique", 3e Edition, Ed. Dunod, Paris 2004
7. Alexandre K. Samii - "Strategies de Service", Ed. Dunod, Paris 2001
8. Alexandre K. Samii - "Strategie Logistique", 2e Edition, Ed. Dunod, Paris 2001
9. Sunil Chopra, Peter Meindl - "Supply Chain Management", Second Edition, Pearson Prentice Hall, 2004
10. Arjan J. Van Weele - "Purchasing Supply Chain Management", Fourth Edition, Thomson Learning 2005
11. Benjamin Faraggi - "Tracabilite", Ed. Dunod, Paris 2006
12. Yves Pimor - "Logistique", 4e edition, Ed. Dunod, Paris 2005
13. Francis Harrison - "Supply Chain Management Workbook", Ed. Reed Educational and Professional Publishing Ltd 2001
14. Bowon Kim - "Supply Chain Management", Ed. Jhon Wiley and Sons, Asia 2005
15. Robert B. Handfield - "Supply Chain Redesign", Financial Times Prentice Hall, 2002
16. John Gattorna - "Living Supply Chains", Pearson Education Limited, 2006
17. Martin Cristopher - "Logistics and Supply Chain Management", Pearson Education Limited 2005
18. POPA, Virgil - "E.C.R. (Efficient Consumer Response) - Răspuns eficient pentru consumator . Strategii, politici, tehnici, instrumente, Editura Economică, București, 2000
19. POPA, Virgil - "Strategii manageriale interorganizaționale", Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2004
20. POPA, Virgil; IONESCU Aurelian, "Global ECR Scorecard, Masurarea performantei alianței ECR (Efficient Consumer Response)", Valahia University Press, 2009
21. POPA, Virgil - "Supply Chain Management in Consumer Goods Industry and Retail. Managementul lanțului de distribuție/aprovizionare pentru un răspuns eficient consumatorului, Valahia University Press, 2009
22. Popa Virgil - "Supply Chain Management for Efficient Consumer Response", Editura Valahia Press & Zven SRL
23. GATTORNA, L. John - "Managementul logisticii și distribuției", Editura Teora, București, 1999
24. *** <http://www.scm-journal.com>
25. *** <http://www.scm4ecr.com>
26. *** <http://www.virgilpopa.com>

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

Realizarea cooperării tuturor nivelurilor de decizie ale unei organizații; elaborarea unui ghid al ordonării deciziilor în funcție de pericolele și oportunitățile care apar în implementare

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	- răspunsurile la examen/colocviu (evaluarea finală).	Examen scris	50%
	- testarea periodică prin lucrări de control	Note	20%
10.5 Seminar/laborator	activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte, etc.	Note	15%
	- răspunsurile finale la lucrările practice de laborator	Note	15%

10.6 Standard minim de performanță

- Cunoștințe fundamentale în SCM
- Participarea la realizarea proiectului
- Cunoștințe minime despre noile direcții în SCM

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament
Lect. univ. dr. Andreiana Violeta Andreea

.....

.....