



UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT - MARKETING

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	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

3.Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților 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 învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					8
Alte activități					10
3.7 Total ore studiu individual					83
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	Înțelegerea și aplicarea conceptelor de marketing specifice domeniului distribuției mărfurilor

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Tablă / Tablă inteligentă/ Videoproiector / 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	Tablă / Tablă inteligentă/ Videoproiector / 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	C1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing în sfera distribuției C4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing C5. Utilizarea tehnicilor de vânzare
-------------------------	--

Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare
-------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea abilității de analiză a circuitelor de distribuție optime, a formulelor de vânzare și a tehnologiei amenajării magazinelor pentru ca parcursul logistic al produselor spre consumatorii finali să se facă în condiții de eficiență
7.2 Obiectivele specifice	➤ Înțelegerea modului de funcționare a canalelor de distribuție; ➤ Stăpânirea corelației între dinamica mediului de afaceri și capacitatea producătorilor și distribuitorilor de a răspunde adecvat cerințelor consumatorilor finali; ➤ Identificarea domeniilor de convergență ale intereselor producătorilor și distribuitorilor în sensul stabilirii unor relații de cooperare sau chiar de parteneriat; ➤ Stăpânirea criteriilor de delimitare a diferitelor tipuri de puncte de vânzare; ➤ Înțelegerea rolului și importanței merchandisingului; ➤ Dezvoltarea capacității manageriale și de inovare a studenților în probleme de planificare și organizare a activității de distribuție și de merchantizare a mărfurilor în cadrul unui spațiu de vânzare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Concept, funcții, strategii de distribuție	Prelegere, dezbateri, exemple	4 ore
Particularități ale circuitelor de distribuție	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Instituționalizarea procesului de distribuție a mărfurilor	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Comerțul de gros	Prelegere, dezbateri, exemple	4 ore
Comerțul cu amănuntul	Prelegere, dezbateri, exemple	4 ore
Managementul distribuției	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Atributele unui punct de vânzare	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Tehnologia amenajării magazinului	Prelegere, dezbateri, exemple	4 ore
Tehnici de merchandising și comunicare	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Tehnici promoționale la nivelul magazinului	Prelegere, dezbateri, exemple	2 ore
Total		28 ore

Bibliografie

1. Berkhout, Constant – „Assortment and Merchandising Strategy: Building a Retail Plan to Improve Shopper Experience” – Palgrave Macmillan; 1st Edition, 2019
2. Cliquet, G., Fady, A., Basset, G., *Management de la distribution* - 2e édition, Dunod Paris, 2006
3. Coughlan, A. T., Anderson, E., Stern L. W., El-Ansary, A. I., *Marketing channels*, 7th edition, Pearson, Prentice Hall, 2006
4. Dennis, Steve; Kodali, Sucharita – „Remarkable Retail: How to Win and Keep Customers in the Age of Disruption, Publisher: LifeTree , 2021
5. Dioux, J., Dupuis, M., *La distribution. Stratégies des groupes et marketing des enseignes*, ESCP-EAP, Pearson Education France, 2005
6. Ducrocq, C., *La nouvelle distribution* - 2e édition, Dunod, Paris, 2006
7. Ebster, Claus; Garaus, Marion – „Store Design and Visual Merchandising, Second Edition: Creating Store Space That Encourages Buying” , Business Expert Press, 2015
8. Gherasim, A., Gherasim, D., *The Role of Distribution in the Marketing Mix*, Economy Transdisciplinarity Cognition, www.ugb.ro/etc, Vol. 19, Issue 1/2016, pp.78-82
9. Gonzalez, R. Silvia – „Mastering Vendor Merchandising: 7-Steps to Unlocking Success in Grocery Retail, Self-Growth, Leadership Role - Team Building: Guide for Aspiring Merchandisers and Grocery Store, 2023
10. Manners-Bell, John – „Logistics and Supply Chain Innovation: A Practical Guide to Disruptive Technologies and New Business Models”, 2nd Edition, Kogan Page, 2022
11. Mouton D., Paris G. – *Practica merchandisingului*, Ed. Polirom, Iasi, 2009
12. Negen, Bob, Negen, Susan – „Marketing Your Retail Store in the Internet Age” , Kindle Edition, Publisher : Jossey-Bass; 2023
13. Popa, V. *Managementul lanțului de distribuție /aprovizionare pentru un răspuns eficient consumatorului*, Valahia University Press și Editura Zven, Târgoviște, 2017
14. Ristea, A.-L., Ioan-Franc, V., Purcărea, Th. , *Economia distribuției. Marketing, management, dezvoltare*, Editura Expert, București, 2005

15. Ristea Ana-Lucia, Tudose Constantin, Ioan-Franc Valeriu – „Tehnologie comercială”, Ed. Expert, București, 1999
16. Rosenbloom, B., *Marketing channels: a management view*, International Edition, Thomson South-Western, 2011
17. Rushton, Alan; Croucher, Phil; Baker, Peter – „The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain 7th Edition, 2022
18. Vandercammen, M., Jospin-Pernet, N., *La distribution*, 2e édition, DeBoeck, 2005
19. Underhill P., *Chemarea mall-ului. Geografia shopping-ului*”, Editura Brandbuilders, București, 2007
20. *** Ghidul *Retail modern* – supliment al revistei Piata, Business Publishing Group, Bucuresti, 2009, valabil și pe www.revista-piata.ro
21. ***<http://ecr-all.org>
22. ***www.amfiteatru-economic.ro

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea modalității de lucru și a sistemului de evaluare pentru această disciplină. Prezentarea cerințelor minimale de activitate și prezență la seminar. Prezentarea cerințelor proiectului de grup, a tematicii și constituirea echipelor	Prezentare urmată de dialog cu studenții	1 oră
Rolul distribuției în calitate de funcție economică; evoluții în analiza funcțiilor distribuției	Dezbateri, exemple	1 oră
Circuite de distribuție specifice bunurilor de larg consum, bunurilor industriale și circuite specifice produselor agricole, evaluarea și alegerea unui circuit de distribuție	Dezbateri, exemple	1 oră
Tendențe și mutații structurale în comerțul de gros	Dezbateri	1 oră
Tipuri de produse și tipuri de puncte de vânzare, formarea asortimentului comercial	Dezbateri, exemple, studii de caz	2 ore
Comerțul electronic între canibalism și sinergie	Dezbateri, exemple, studii de caz	2 ore
Planificarea spațiului unui magazin	Exemple, studii de caz	2 ore
Tehnici de etalare a mărfurilor	Dezbateri, exemple, studii de caz	2 ore
Susținerea proiectelor de echipă	Prezentarea proiectelor de disciplină	2 ore
Total		14 ore

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. Berkhout, Constant – „Assortment and Merchandising Strategy: Building a Retail Plan to Improve Shopper Experience” – Palgrave Macmillan; 1st Edition, 2019
3. Dennis, Steve; Kodali, Sucharita – „Remarkable Retail: How to Win and Keep Customers in the Age of Disruption, Publisher: LifeTree , 2021
4. Gonzalez, R. Silvia – „Mastering Vendor Merchandising: 7-Steps to Unlocking Success in Grocery Retail, Self-Growth, Leadership Role - Team Building: Guide for Aspiring Merchandisers and Grocery Store, 2023
5. Kwak, H., Fox, R. J., Zinkhan, G. M., *What products can be successfully promoted and sold via the internet?*, Journal of Advertising Research, January-February, 2002
6. Moati P., Raffour G., *Internet et commerce en magasin : les clés de la complémentarité*, étude Crédoc, septembre, 2000
7. Mouton Dominique, Paris Gaudérique, *Practica merchandisingului*, Ed. Polirom, 2009
8. Negen, Bob, Negen, Susan – „Marketing Your Retail Store in the Internet Age” , Kindle Edition, Publisher : Jossey-Bass; 2023
9. Rosenbloom, B., *The ten deadly myths of e-commerce*, Business Horizons / March-April 2002, <http://www.elsevier.com>
10. Tse, A., Yim, F., *Factors affecting the choice of channels: online vs. conventional*, Journal of International Consumer Marketing, Vol 14 (2/3) 2001
11. *** Amfiteatru Economic www.amfiteatru-economic.ro
12. *** Revista Piata www.revista-piata.ro
13. *** Revista Progresiv www.magazinulprogresiv.ro

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și 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	Examen scris (evaluarea finală)	50 %
10.5 Seminar/ laborator	Însușirea cunoștințelor transmise prin prelegeri și materiale bibliografice	Evaluare pe parcursul semestrului prin întrebări și răspunsuri (în clasă / platforma Moodle)	15 %
	Calitatea proiectului de disciplină	Proiect realizat individual sau în echipe de 2-3 studenți. Se notează conținutul proiectului și prezentarea acestuia / Proiect încărcat pe platforma Moodle și prezentat în videoconferință (Teams)	20 %
	Dezbateri și studii de caz	Răspunsuri la dezbateri, rezolvarea studiilor de caz la seminar	15%
10.6 Standard minim de performanță ➤ Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei ➤ Capacitatea de a rezolva probleme și teste de dificultate medie ➤ Studenții trebuie să participe la realizarea proiectului de disciplină			

Data completării
29.09.2025

Titularul de curs
Lect. univ. dr. IVAN Cornelia Denisa

Titularul de aplicații
Lect. univ. dr. IVAN Cornelia Denisa

Data avizării în
departament
30.09.2025

Director de departament
Conf.univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA

Data avizării în
Consiliul Facultății
30.09.2025

Decan
Conf.univ.dr.habil. Maria - Cristina ȘTEFAN