

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Economie</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii/Calificarea	<i>Marketing</i>

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Management comercial</i>						
2.2 Titularul activităților de curs	<i>Lect. univ. dr. BUJOR Anca-Liliana</i>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Lect. univ. dr. BUJOR Anca-Liliana</i>						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	E.	2.7 Regimul disciplinei	OB.

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	44	din care: 3.5 curs	22	3.6 seminar/laborator	22
3.7 Distribuția fondului de timp	ore				
Participare la orele de curs și seminar	44				
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe	35				
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10				
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	32				
Tutoriat	2				
Examinări	2				
Alte activități	-				
3.8 Total ore studiu individual	81				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Management
4.2 De competențe	Management

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Prelegerile se desfășoară fizic și online
5.2. de desfășurare a seminarului	• Prelegerile se desfășoară fizic, în sistem clasic utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs pentru cursul prezentat și online, folosindu-se fișiere de lucru elaborate în Word, Excel sau PowerPoint

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C3.1. Definirea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia C3.4 Evaluarea și clasificarea factorilor care influențează funcționarea organizației C3.5 Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței
--------------------------------	---

Competențe transversale	<p>CT1.Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2.Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p>
--------------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Familiarizarea studenților cu limbajul specific managementului comercial și dezvoltarea abilităților studenților de a elabora un plan managerial
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Formarea unei viziuni de ansamblu asupra managementului comercial și sistemului managerial al organizației din acest domeniu Furnizarea unei baze de cunoștințe privind utilizarea eficientă a resurselor materiale, umane, financiare și informaționale Cunoașterea și aplicarea metodelor de management comercial

8. Conținuturi

8. 1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare
CAPITOLUL 1. Comerțul - activitate economico-socială – 2 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 2. Cadrul organizatoric al firmelor de comerț - 4 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 3. Politica de personal în firmele de comerț – 2 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 4. Organizarea și gestionarea aprovizionării cu mărfuri în firmele de comerț - 2 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 5. Distribuția mărfurilor – 4 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 6. Comerțul cu ridicata/ engros- 2 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 7. Comerțul cu amănuntul/ en detail – 2 ore	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 8. Procesul de negociere-vânzare-cumpărare în firmele de comerț - 2 ore - online	• Prelegere, dezbateri
CAPITOLUL 9. Strategia comercială a rețelelor de distribuție - 2 ore - online	
Bibliografie:	
<ol style="list-style-type: none"> Boldureanu, G., Ciulu, R., Administrarea afacerilor în comerț, suport de curs, Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași, 2020 Bujor. A., Management comercial – suport de curs în format electronic, Universitatea „Petre Andrei” din Iași, 2023 Dumitrescu, M., Dumitrescu-Peculea, A., Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane, Ed. Economică, București, 2014 	
8. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare
1. Explicarea și interpretarea informațiilor cu privire la comerț – delimitări conceptuale și conținut; particularități privind managementul comercial– 2 ore	• Discuții, dezbateri tematice
2. Conceperea și orientarea activităților de marketing în comerț – 2 ore	• Discuții, dezbateri tematice
3. Calitatea în firmele de comerț – 2 ore	• Studiu de caz, dezbateri
4. Strategii de îmbunătățire a contactelor cu clienții – 4 ore	• Studiu de caz; exemplul, dezbateri
5. Managementul de distribuție – canale și circuite de distribuție – 4 ore	• Discuții, dezbateri tematice
6. Managementul logisticii de distribuție – 4 ore	• Studiu de caz; exemplul, dezbateri
7. Managementul resurselor umane în firmele de comerț – 4 ore - online	• Studiu de caz; exemplul, dezbateri

Bibliografie:

1. Boldureanu, G., Ciulu, R., Administrarea afacerilor în comerț, suport de curs, Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași, 2020
2. Bujor, A., Management comercial – suport de curs în format electronic, Universitatea „Petre Andrei” din Iași, 2023

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

- Disciplina oferă baza de cunoștințe din domeniul managementului comercial, necesare conducerii organizațiilor comerciale
- Competențele dobândite de către studenți la această disciplină le vor permite să execute cu succes sarcini profesionale complexe referitoare la managementul comercial în cadrul organizațiilor naționale și/sau internaționale, în condiții de autonomie și de independență.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	• Note întregi de la 1 la 10	Test grilă	60%
10.5 Seminar	• Prezența la activitate didactică (seminar) Creativitatea, Originalitatea • Capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor învățate	• Observație sistemică • Referate	40%
10.6 Standard minim de performanță			
• Să fie capabil să proiecteze o structură organizatorică, un sistem informațional și un sistem decizional în cadrul unei entități/organizații comerciale • Obținerea notei de minim 5 (cinci) la examenul scris și a mediei finale de minim 5 (cinci) care rezultă prin adunarea notei de la examenul scris (ponderată cu 60%) cu nota de la seminar (ponderată cu 40%).			

Data completării: 20.09.2023

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar



Data avizării în Departament: 28.09.2023

Semnătura Directorului de Departament

