

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Drept, Economie, Științe Politice și Administrative</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.

* Examen / Colocviu / Proiect

** Obligatoriu / Opțional / Facultativ

3. Timpul total estimat al activităților disciplinei (ore pe semestru)

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
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
3.7.1. Participare la orele de curs și seminar / lucrări practice / practică de specialitate*					56
3.7.2. Examinări*					2
3.7.3. Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					30
3.7.4. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
3.7.5. Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
3.7.6. Consultații					2
3.8 Total ore studiu individual**					67
3.9 Total ore pe semestru ***					125
3.10 Numărul de credite					5

* Activitățile din categoriile 3.7.1. și 3.7.2. fac parte din orele didactice.

** Orele de studiu individual cuprind activitățile din categoriile: 3.7.3., 3.7.4., 3.7.5. și 3.7.6.

Notă: Se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice.

*** Totalul orelor pe semestru rezultă din înmulțirea numărului de credite alocate disciplinei cu 25 ore / credit.

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Management
4.2 De rezultate ale învățării	Competențe dobândite în urma însușirii unor cunoștințe din domeniul 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 în sistem fizic, 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. Obiectivul general al disciplinei

Formarea competențelor necesare planificării, organizării și controlului activităților comerciale ale unei organizații orientate spre piață și client.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul: - identifică obiectul de studiu al științei managementului, pe baza unor cunoștințe avansate legate de procesele de management, funcțiile manageriale, funcțiunile firmei precum și a instrumentarului managerial utilizat în cadrul organizațiilor, în vederea adoptării deciziilor optime la orice nivel. - demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, de management al relațiilor cu clienții și de aprovizionare, managementul lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și distribuitorii. - asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție.
Aptitudini	Studentul: - dezvoltă aptitudini privind elaborarea și implementarea strategiilor și politicilor organizaționale, privind proiectarea, reproiectarea și perfecționarea sistemului de management al organizației și a subcomponentelor acestuia. - dezvoltă abilități avansate pentru proiectarea rețelelor de aprovizionare și de distribuție în cadrul unei organizații, pe baza planificării necesarului de resurse materiale și a previziunii vânzărilor - aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare
Responsabilitate și autonomie	Studentul: - demonstrează capacitatea de aplicare a funcțiilor managementului atât la nivelul funcțiilor organizației, cât și în ansamblul acesteia și asumarea responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor, în vederea inițierii, implementării și monitorizării strategiilor și politicilor organizaționale. - demonstrează capacitatea de a fundamenta și planifica necesarul de resurse într-o organizație, de a previziona cererea de produse și servicii precum și de a proiecta rețelele de distribuție a produselor/serviciilor. - demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție.

8. Metode de predare

Prelegere intensificată, dezbateri, studiu de caz

9. Conținuturi

9.1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (28 ore)
1. Comerțul - activitate economico-socială	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	3 ore
2. Cadrul organizatoric al firmelor de comerț 2.1. Structura organizatorică a firmelor de comerț 2.2. Procesele manageriale și fluxurile operaționale în firmele de comerț	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	5 ore , din care 2 ore 3 ore
3. Politica de personal în firmele de comerț	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	3 ore
4. Organizarea și gestionarea aprovizionării cu mărfuri în firmele de comerț	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	3 ore
5. Distribuția mărfurilor 5.1. Conținutul și rolul distribuției mărfurilor în activitatea comercială	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	6 ore , din care 3 ore

5.2. Canalele de distribuție și logistica mărfurilor		3 ore
6. Comerțul cu ridicata/en gros	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	2 ore
7. Comerțul cu amănuntul/ en detail	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	2 ore
8. Procesul de negociere-vânzare-cumpărare în firmele de comerț	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	2 ore
9. Strategia comercială a rețelelor de distribuție	• Prelegere intensificată • Prezentare PowerPoint	2 ore

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, 2026
3. Dumitrescu M., Dumitrescu-Peculea A., *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014
4. Dogaru M. M., *Management comercial și politici de marketing*, Editura Universitară, București, 2014
5. Kotler Ph., *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2006
6. Nicolescu O., Pricop M., *Managementul comercial*, Editura Pro Universitaria, București, 2011

9.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (28 ore)
1. Explicarea și interpretarea informațiilor cu privire la comerț – delimitări conceptuale și conținut; particularități privind managementul comercial	• Dezbateri • Studii de caz	3 ore
2. Analiza mediului comercial al unei firme	• Dezbateri • Studii de caz	3 ore
3. Conceperea și orientarea activităților de marketing în comerț	• Dezbateri • Studii de caz	3 ore
4. Calitatea în firmele de comerț	• Dezbateri • Studii de caz	3 ore
5. Strategii de îmbunătățire a contactelor cu clienții	• Dezbateri • Studii de caz	4 ore
6. Managementul de distribuție – canale și circuite de distribuție	• Dezbateri • Studii de caz	4 ore
7. Managementul logisticii de distribuție	• Dezbateri • Studii de caz	4 ore
8. Managementul resurselor umane în firmele de comerț	• Dezbateri • Studii de caz	4 ore

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, 2026
3. Kotler Ph., *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2006

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Evaluare sumativă (Examen / Colocviu / Proiect)	• Capacitatea de a înțelege și utiliza corect conceptele și instrumentele specifice managementului.	Examen scris (test grilă) constând în răspunsuri la întrebări din teoria predată.	60%
10.5 Evaluare continuă	• Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de laborator.	Evaluarea frecvenței și a participării active la rezolvarea aplicațiilor practice.	40%

(pe parcursul seminarelor / laboratoarelor etc.)	• Înțelegerea problematicii specifice domeniului tratate la cursuri și laboratoare; • Analiza și gestionarea datelor din lucrările realizate pe parcursul semestrului	Teme propuse ca activitate individuală cu precizarea cerințelor impuse.	
10.6 Condiții de promovare			
Obținerea notei finale de minim 5 (cinci) care rezultă prin adunarea notei de la examen (ponderată cu 60%) cu nota de la seminar (ponderată cu 60%). Comunicarea informațiilor utilizând corect limbajul de specialitate			

Data completării: 24.09.2026

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament: 29.09.2026

Semnatura Directorului de Departament