

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

MERCHANDISING ȘI FORȚA DE VÂNZARE

Responsabil de disciplină/modul: **Adriana BUZDUGAN, dr., conf.univ.**

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.04.A.0.34	120	26	39	-		4	Română/ rusă/engleză
S.06.A.0.34	120	16	10	-		4	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	C1 Cunoașterea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură economico-socială în entitățile private și publice C2 Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la problemele pieței	<i>de cunoaștere:</i> 1.1 A cunoaște concepte, teorii, metode și instrumente de natură economico-socială în entitățile private 1.2. A identifica, defini concepte, teorii, metode și instrumente de natură economico-socială în entitățile private și publice
		<i>de aplicare:</i> 2.3. A aplica concepte, teorii, metode și instrumente de natură socio-economică în entitățile private și publice pentru rezolvarea problemelor specifice rezultatelor financiare ale întreprinderii 2.4 A utiliza concepte, teorii, metode și instrumente de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă în domeniul elaborării planului de afaceri
		<i>de integrare:</i> 1.5. A argumenta utilității privind elaborarea și implementarea proiectelor în domeniul planificării activității întreprinderii 1.6. A elabora un studiu referitor la realizarea proiectelor din domeniul activității investiționale
Conținutul disciplinei	Conceptul de merchandising Abordări tehnologice și de marketing în comercializarea mărfurilor Localizarea, dimensionarea și profilarea judicioasă a magazinelor – premise ale reușitei în competiția spațială a detailistului Amenajarea magazinului – probleme, principii, tehnici Structurarea suprafeței comerciale Stabilirea fluxurilor de circulație a clienților Oferta magazinului – forme moderne de prezentare și gestionare a ofertei Forme de vânzare și sisteme de decontare a cumpărăturilor Vânzarea vizuală Vânzarea la distanță	
Evaluarea rezultatelor	<i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual studiu de caz, aprecierea în rezultatul participării la seminar <i>Evaluarea finală</i> - examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare. <i>Nota generală</i> se va determina ca o medie ponderată în modul următor: <ul style="list-style-type: none"> • evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%; • evaluare finală – 40% 	
Lucrul individual	Studenții vor elabora un studiu de caz cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare pe anumite domenii de cercetare. Cerințele și termenele de elaborare și prezentate se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI ”Lucrul individual”.	

Bibliografie recomandată	de bază
	1. Corodeanu Daniela, <i>Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare</i> , Editura Tehnopress, București, 2008. 2. Mouton Dominique, Paris Gauderique, <i>Practica merchandisingului. Spațiul de vânzări. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare</i> , Editura Polirom, Iași, 2009.
	suplimentară
	1. Vișean Mirela Octavia, <i>Tehnologii comerciale</i> , Editura ASE, București, 2004.

APROBAT

la ședința departamentului EMkT

din 30.08.2018

Proces verbal nr. 1/18-19

Șef departament

Maria Hămurară, conf. univ., dr.

