

**LOGISTICA STOCURILOR ȘI LOGISTICA APROVIZIONĂRII**
**1. Date despre disciplină/modul**

<b>Facultatea</b>	<b>Inginerie Economică și Business</b>				
<b>Departamentul</b>	<b>Teorie economică și Marketing</b>				
<b>Ciclul de studii</b>	<b>Studii superioare de licență, ciclul I</b>				
<b>Programul de studiu</b>	<b>0414.1 Marketing și logistică</b>				
<b>Anul de studiu</b>	<b>Semestrul</b>	<b>Tip de evaluare</b>	<b>Categoria formativă</b>	<b>Categoria de opționalitate</b>	<b>Credite ECTS</b>
II (învățământ cu frecvență); III (învățământ cu frecvență redusă);	4 5	E	S – unitate de curs de specialitate	O - unitate de curs obligatorie	4

**2. Timpul total estimat**

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/seminar	Teză anuală	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
120	30	30	-	60	-
120	12	12	-	96	-

**3. Precondiții de acces la disciplină /modul**

Conform planului de învățământ	Marketing, Cercetări de marketing, Bazele Logisticii.
Conform competențelor	Abilități teoretice privind organizarea activității de marketing al întreprinderii.

**4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru**

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator.
Laborator/seminar	Dialog activ cadru didactic-studenți în vederea însurii materialului predat la orele de curs și a celui studiat independent de studenți. Studenții vor perfectă teza de an conform condițiilor specificate în indicațiile metodice.

**5. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	<p><b>CP 3.Cercetarea comportamentului consumatorului</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cunoașterea aprofundată a conceptelor și metodelor de studiere al comportamentului consumatorului</li> <li>✓ Explicarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului</li> <li>✓ Identificarea și evaluarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului</li> <li>✓ Aplicarea metodelor de studiere al comportamentului consumatorului</li> <li>✓ Elaborarea studiului de sinteză al comportamentului de cumpărare și consum al consumatorului</li> </ul> <p><b>CP 4.Elaborarea de politici și strategii de marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Definirea și explicarea politicilor și strategiilor de marketing</li> <li>✓ Identificarea și descrierea submixului politicilor de marketing</li> <li>✓ Analiza și utilizarea informațiilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing</li> <li>✓ Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing.</li> <li>✓ Elaborarea mix-ului de marketing.</li> </ul> <p><b>CP 5.Organizarea și conducerea activităților logistice</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cunoașterea principalelor probleme, a conceptelor teoretice și soluțiilor practice din domeniul logisticii</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Asimilarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare în domeniul logisticii</li> <li>✓ Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specific logisticii</li> <li>✓ Valorificarea și abordarea comparativă a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specifice activității de logistică</li> <li>✓ Proiectarea unui program de organizare a proceselor logistice</li> </ul>
--	--

Competențe transversale	<p><b>CT2.</b> Formarea echipei și dezvoltarea spiritului de colaborare între membrii echipei.</p> <p><b>CT3.</b> Învățare independentă, deschidere către formarea continuă și învățare pentru autorealizare.</p>
-------------------------	---

### 6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Formarea abilităților de comunicare corectă cu furnizorii de mărfuri și servicii a viitorilor specialiști în domeniu și formarea abilităților de stabilire a necesarului de resurse materiale, selectare a furnizorilor și organizarea procesului de aprovizionare.
Obiectivele specifice	<p>Să cunoască conceptul și dimensiunile activității de aprovizionare.</p> <p>Să cunoască metodele de stabilire a necesarului de resurse materiale.</p> <p>Să cunoască procesul de elaborare a planului și a strategiei de aprovizionare.</p> <p>Să fie în stare să selecteze furnizorii în activitatea de aprovizionare</p> <p>Să înțeleagă necesitatea de a crea un climat favorabil în colaborarea cu furnizorii.</p>

### 7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
<b>Tematica cursurilor</b>		
T1. Rolul și importanța stocurilor și elementele de administrare a stocurilor	2	1
T2 Managementul stocurilor	2	1
T3. Normarea stocurilor	2	-
T4. Planificarea stocurilor.	2	1
T5. Controlul stocurilor	2	1
T6. Logistica aprovizionărilor – componentă a sistemului logistic al întreprinderii.	2	1
T7. Organizarea activității de aprovizionare .	4	1
T8. Strategii de aprovizionare.	2	1
T9. Planificarea aprovizionărilor	2	1
T10 Determinarea necesarului de materii prime și echipamente	2	1
T11. Normele de consum de resurse materiale și energetice	2	-
T12. Cumpărarea mărfurilor	2	1
T13. Comportamentul și funcția de achiziție a întreprinderii	2	1
T14. Sistemul informational în logistică.	2	1
<b>Total curs:</b>	<b>30</b>	<b>12</b>

<b>Tematica seminarelor</b>		
S1. Rolul și importanța stocurilor și elementele de administrare a stocurilor	<b>2</b>	-
S2 Managementul stocurilor	<b>2</b>	1
S3. Normarea stocurilor	<b>4</b>	1
S4. Planificarea stocurilor.	<b>2</b>	1
S5. Controlul stocurilor	<b>2</b>	1
S6. Logistica aprovizionărilor – componentă a sistemului logistic al întreprinderii.	<b>2</b>	1
S7. Organizarea activității de aprovizionare .	<b>2</b>	1
S8. Strategii de aprovizionare.	<b>2</b>	1

S9. Planificarea aprovizionărilor	2	1
S10 Determinarea necesarului de materii prime și echipamente	2	1
S11. Normele de consum de resurse materiale și energetice	2	1
S12. Cumpărarea mărfurilor	2	1
S13. Comportamentul și funcția de achiziție a întreprinderii	2	1
S14. Sistemul informational în logistică.	2	-
<b>Total lucrări de laborator/seminare:</b>	<b>30</b>	<b>12</b>

### 8. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Balan C., Logistica mărfurilor, Uranus, București, 2010.</li> <li>2. Bulat V., Barcari I., Logistica: teorie și aplicații., USM, Chișinău, 2012.</li> <li>3. Bușe Gheorghe Florin, Logistică. Aplicații. Petroșani, 2013.</li> <li>4. Ciurcan O., Logistica comercială, ASE, București, 2011.</li> <li>5. George Ogrința, Practicile din domeniul SCM (Supply Chain Management), ASE Bucuresti, 2016.</li> <li>6. Rîndașu Venera Cristina, Logistica mărfurilor, Note de curs, Universitatea Eftimie Murgu, Reșița, 2015.</li> <li>7. Roman T., Bazele logisticii distribuției mărfurilor., ASE, București, 2013.</li> <li>8. Vasiliu C., Felea M., Marunțelu I., Caraiani Gh., Logistica și distribuția mărfurilor., 2013</li> </ol>
Suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Burda Al., Managementul aprovizionării și desfacerii, ASE, Bucuresti, 2010.</li> <li>2. Caraiani Gh., Managementul lanțului logistic., În: Economia și logistica transportului maritim., București 2013.</li> <li>3. Elena Niculescu, Oliver Pricop, Marketing și logistică, Editura Junimea, Iași 2012</li> <li>4. Murgu I. Implicațiile modernizării tranzacțiilor internaționale INCOTERMS. În Revista Științe Economice., Sibiu, 2012.</li> <li>5. Olaru S., Relația dintre logistică și funcția comercială., Note de curs., Facultatea marketing, ASE, București 2012.</li> <li>6. Popovici M. , Micu A., Logistica în dezvoltarea tranzacțiilor comerciale., ediție revizuită., Teora, București, 2014.</li> </ol>

### 9. Evaluare

Forma de învățământ	Periodică		Curentă	Proiectul/Teza de an	Examen final
	EP 1	EP 2			
Cu frecvență	10%	10%	10%	30%	40%
Cu frecvență redusă	10%	-	10%	30%	50%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri și seminare; Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări și evaluarea curentă; Obținerea notei minime de „5” la teza de an; Demonstrarea în lucrarea de examinare finală a cunoașterii aspectelor privind comportamentul consumatorului.					