

BAZELE LOGISTICII

1. Date despre disciplină/modul

Facultatea	Inginerie Economică și Business				
Departamentul	Teorie economică și Marketing				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studii	0414.1 Marketing și logistică				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
II (zi) III (f/r)	III	E	D – unitate de curs de domeniu profesional	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	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
120 (zi)	30	30	-	60	-
120 (f/r)	12	12	-	96	-

3. Precondiții de acces la disciplină/modul

Conform planului de învățământ	Management general, Bazele antreprenoriatului, Marketing, Bazele contabilității, Statistica.
Conform competențelor	Conceptualizarea ideilor și efectuarea calculelor, pentru rezolvarea de sarcini specifice domeniului logistic pe baza cunoștințelor din științele fundamentale

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul cursului.
Laborator/seminar	Dialog activ cadru didactic-studenți în vederea însurii materialului predat la orele de curs și a celui studiat independent de studenți.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 4. Elaborarea de politici și strategii de marketing C4.1. Definirea și explicarea politicilor și strategiilor de marketing C4.2. Identificarea și descrierea submixului politicilor de marketing C4.3. Analiza și utilizarea informațiilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing C4.4. Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing C4.5 Elaborarea mix-ului de marketing CP 5. Organizarea și conducerea activităților logistice
-------------------------	--

	C5.1. Cunoașterea principalelor probleme, a conceptelor teoretice și soluțiilor practice din domeniul logisticii C5.2. Asimilarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare în domeniul logisticii C5.3. Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specific logisticii C5.4. Valorificarea și abordarea comparativă a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specifice activității de logistică C5.5. Proiectarea unui program de organizare a proceselor logistice CP 6. Organizarea și conducerea activităților de marketing C6.1. Identificarea și descrierea locului și rolului departamentului de marketing în cadrul firmei C6.2. Cunoașterea responsabilităților și activităților în cadrul departamentului de marketing C6.3. Analiza comparativă și interpretativă a activităților desfășurate în cadrul departamentului de marketing C6.4. Valorificarea cunoștințelor prin acordarea de consultanță de marketing C6.5. Formularea recomandărilor privind optimizarea procesului de organizare și conducere a activităților de marketing
--	---

6. Obiectivele disciplinei/modulului

Obiectivul general	Cunoașterea, formarea și dezvoltarea mecanismelor de planificare, organizare și control a tuturor fluxurilor de mărfuri și materiale, împreună cu fluxurile de informații legate de acestea, începând de la furnizori, prin etapele de creare a valorii, până la livrarea produselor către consumatorul final.
Obiectivele specifice	Însușirea conținutului logisticii, etapelor și nivelurilor de dezvoltare a logisticii, aparatului conceptual și funcțiilor logisticii, mixului activităților logistice. Un loc deosebit îi aparține relațiilor dintre logistică și marketing, domeniilor majore de interfață dintre logistică și marketing. În program este pus accentul pe studierea sistemelor logistice și a aparatului metodologic al logisticii, pe analiza abordării sistemice care reflectă tendințele actuale de integrare a activității logistice și de creștere a competitivității întreprinderii.

7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica cursurilor		
T1. Noțiuni generale privind logistica	2	2
T2. Bazele metodologice ale logisticii	2	1
T3. Fluxurile logisticii	3	1
T4. Logistica de producție	3	1
T5. Logistica de distribuție	3	1
T6. Logistica de transport	3	1
T7. Logistica de informații	3	1
T8. Logistica de achiziționare	3	1
T9. Logistica de depozitare	3	1
T10. Serviciile logistice	3	1
T11. Organizarea activităților logistice	2	1
Total curs:	30	12
Tematica lucrărilor practice/seminarelor		
S1. Noțiuni generale privind logistica	2	2
S2. Bazele metodologice ale logisticii	2	1
S3. Fluxurile logisticii	3	1
S4. Logistica de producție	3	1
S5. Logistica de distribuție	3	1
S6. Logistica de transport	3	1
S7. Logistica de informații	3	1
S8. Logistica de achiziționare	3	1
S9. Logistica de depozitare	3	1
S10. Serviciile logistice	3	1
S11. Organizarea activităților logistice	2	1
Total lucrări practice/seminare:	30	12

8. Referințe bibliografice

Principale	http://moodle.utm.md/course/view.php?id=2428 - TURCOV E., PETROVICI S., PETROVICI A. <i>Tehnologii comerciale și logistica</i>. Chișinău. Editura ASEM, 2005, 328 p. ISBN 9975-75-324-8 - PETROVICI S., PĂNUȚĂ A. <i>Logistica: sinteze, teste, probleme și aplicații</i>, Chișinău. Tipografia UCCM, 2010, 133 p. ISBN 978-9975-4093-9-1 - Bulat V., <i>Logistica</i>. Note de curs., CEP USM, 2019. 239p. ISBN: 978-9975-142-96-0. - BĂLAN C. <i>Logistica</i>, Editura URANUS, București, 2006, 381 p. ISBN (10)973-7765-28-1
Suplimentare	- PETROVICI S., MUȘTUC S. <i>Formation and development of product competitive policy at enterprises Based on Marketing Research. JRTMED, Trade co-operative University of Moldova</i>. Vol.2, ISSUE 2/2015, ISSN2345-1424., ISSN2345-1483, pag.36-46 - PETROVICI S., MUȘTUC S., <i>Methodical approach of assessing competitiveness in domestic trade and in consumer cooperation / JRTMED, Trade co-</i>

	<i>operative University of Moldova.Vol.3, Issue 1/5.2016. ISSN 2345-1483., ISSN 2345-1424, pag.96-104</i> 3. PETROVICI S., MUȘTUC S., <i>Marketing Curs universitar</i>, Chișinău: Ed. UCCM, 2014, p.532. 4. PETROVICI S., S. MUȘTUC, <i>Marketing: indicații metodice, probleme, studii de caz, aplicații</i>. Chișinău: Ed. UCCM, 2011, p.189. 5. ИЦЕРБАНИН Ю. А. <i>Основы логистики. Учебное пособие</i>. - М.: ЮНИТИ, 2007
--	---

9. Evaluare

Forma de învățământ	Periodică		Curentă	Lucrul individual	Examen final
	EP 1	EP 2			
Cu frecvență	15%	15%	15%	15%	40%
Cu frecvență redusă	25%			25%	50%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri și seminare; Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări; Obținerea notei minime de „5” la evaluarea curentă și lucrul individual; Demonstrarea în lucrarea de examinare finală a cunoașterii obiectivelor specifice ale unității de curs.					