

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MMAA
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor, Iași

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MERCHANDISING						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.dr. Daniela-Tatiana Agheorghiesei						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Mihai Tălmăciu						
2.4 An de studiu	2	2.5 Semestru	1	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități 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	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					10
Examinări					10
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Număr de credite					6

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Nu este cazul
4.2 De competențe	Nu este cazul

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	conexiune la Internet, laptop/calculator (pentru activitate online), laptop, videoproiector (pentru activitate on site/la clasă)
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	conexiune la Internet, laptop/calculator, conexiune la Internet, laptop/calculator (pentru activitate online), laptop, videoproiector (pentru activitate on site/la clasă), sală optimă pentru lucrul în echipă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C2. Comercializarea produselor/serviciilor/C2.5 – Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct
Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Să prezinte studenților teoria merchandisingului necesară în fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: Să definească adecvat conceptele și principiile specifice teoriei merchandisingului; Să identifice și să aplice unele modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare; Să realizeze o analiză critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț și organizarea spațiului de vânzare și expunerea ofertei în funcție de particularitățile acestor relații; Să realizeze proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice merchandisingului.

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Merchandising – concepte fundamentale: definiții, principii, metode și tehnici. Tipuri și clase de merchandising	Prezentarea PPT+dezbatere	<i>4h</i> 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”,

			<p>Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , <i>“Practica merchandisingului”</i>, Editura Polirom, Iași, 2009;</p>
2.	<p>Tendințe pe piața de retail</p> <p>Clasificarea unităților/spațiilor de vânzare.</p>	Prezentarea PPT+dezbateri	<p>2h</p> <p>1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014</p> <p>2. Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , <i>“Practica merchandisingului”</i>, Editura Polirom, Iași, 2009;</p>
3.	<p>Zona de atractivitate a unității/spațiului de vânzare. Determinarea principalelor sectoare ale zonei de atractivitate.</p>	Prezentarea PPT+dezbateri	<p>2h</p> <p>1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014</p> <p>2. Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , <i>“Practica merchandisingului”</i>, Editura Polirom, Iași, 2009;</p>
4.	<p>Elemente specifice privind comportamentul consumatorilor în spațiile de vânzare.</p>	Prezentarea PPT+dezbateri	<p>2h</p> <p>1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014</p> <p>2. Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p>

			Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;
5.	Organizarea spațiului de vânzare și a vânzării – principii generale și metode.	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ” <i>Merchandising</i> ”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;
6.	Asortimentul. Definiții. Tipuri de asortiment.	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ” <i>Merchandising</i> ”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;
7.	Tipuri de echipamentele de expunere în spațiul de vânzare. Gondola și importanța nivelurilor de expunere.	Prezentarea PPT+dezbateri	4h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ” <i>Merchandising</i> ”, Editura Tehnopress, Iași, 2008;

			Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;
8.	Amplasarea mărfurilor pe echipamentele de expunere din spațiul de vânzare.	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ” <i>Merchandising</i> ”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;
9.	Linearul. Categorii de linear. Metode de stabilire a linearului.	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ” <i>Merchandising</i> ”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;
10.	Managementul categoriei de produs. Planograma	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ” <i>Merchandising</i> ”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “ <i>Practica merchandisingului</i> ”,Editura Polirom, Iași, 2009;

11.	Tehnicile merchandising-ului vizual	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009;
12.	E-merchandising	Prezentarea PPT+dezbateri	2h 1. Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014 2. Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009;

Bibliografie

Referințe principale:

Corodeanu Agheorghiesei, D. T., Elemente de merchandising, Editura Tehnopress, Iași, 2014
Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008.
Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009;

Referințe suplimentare:

Articole de specialitate Retail Customer Experience, <https://www.retailcustomerexperience.com/>
Articole de specialitate, Revista Progresiv, <https://revistaprogresiv.ro/>
Articole de specialitate, Revista Piața, <https://www.revista-piata.ro/>
Articole de specialitate, Retail.ro, <https://www.retail.ro/>
Ander,W., Stern , N., ”Winning at retail”,Editura Wiley, New Jersey, 2004;

Berman, B., Evans, J., "Retail management", Editura Pearson, New Jersey, 2007;
 Blackwell, R., Miniard, P., "Consumer Behavior", Editura Thomson, Mason, 2006;
 Bosworth, M., Holland, J., "Customer Centric Selling", Editura Mc Graw-Hill, New York, 2004;
 Bou, L., "This is Visual Merchandising!", Editura Monsa, Sant Adria de Besos, 2008;
 Dayan A., Troadec A. si L. , "Le merchandising", Ed. PUF, Paris, 1990;
 Ebster, C., Garaus, M., *Store Design and Visual Merchandising: Creating Store Space That Encourages Buying*, Business Expert Press, New York, 2015;
 Fady A., M. Seret," Merchandising", Ed. Vuibert, Paris, 1994;
 Krafft, M., Mantrala, M., "Retailing in the 21st Century", Editura Springer, Berlin, 2006;
 Manning, G., Reece, B., "Selling Today", Editura Preason Education, New Jersey, 2007;
 Miller, R., Heiman, S., "The New Conceptual Selling", Editura Kogan Page, Londra, 2006;
 Pradhan, S., "Retail Merchandising", Editura Tata McGraw Hill, New Delhi, 2010;
 Purcărea T., "Distribuție și merchandising", Editura Carol Davila, București, 2007;
 Ristea A., Tudose C. "Tehnologie comercială", Ed. Expert, Bucuresti, 1995;
 Saint Criccq J., O. Briel , "La pratique du Merchandising", Ed. Les Ed. d'Org, 1993

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Prezentarea cerințelor de realizare a proiectului. Formarea echipelor de lucru. Transmiterea coordonatelor de lucru pentru fiecare echipă	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014 Niță, V., Agheorghiesei, D., "Merchandising", Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , "Practica merchandisingului",Editura Polirom, Iași, 2009
2.	Alegerea conceptului de magazin, determinarea elementelor de identificarea, stabilirea politicilor magazinului (inclusiv prezentarea PPT în cadrul seminarului)	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	4h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014; Niță, V., Agheorghiesei, D., "Merchandising", Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , "Practica merchandisingului",Editura Polirom, Iași, 2009

3.	Identificarea zonei de atractivitate a magazinului	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014 Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , <i>“Practica merchandisingului”</i> ,Editura Polirom, Iași, 2009
4.	Alegerea formatului de magazin. Reorganizarea suprafetei si distribuirea intre raioane. Determinarea lay-outului magazinului (trasarea schitei generale a magazinului) in functie de fluxul consumatorului in magazin si alte principii de merchandising	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014 Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , <i>“Practica merchandisingului”</i> ,Editura Polirom, Iași, 2009
5.	Determinarea lay-outului de raion. Asezarea mobilierului pe suprafata magazinului (trasarea schitei de raion) – prima etapa	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014 Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , <i>“Practica merchandisingului”</i> ,Editura Polirom, Iași, 2009
6.	Determinarea lay-outului de raion. Așezarea mobilierului pe suprafata magazinului (trasarea schietei de raion) – a doua etapă	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014

			Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009
7.	Determinarea lay-outului de raion. Așezarea mobilierului pe suprafața magazinului (trasarea schietii de raion) – a treia etapă	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009
8.	Stabilirea grupelor de marfuri pentru fiecare raion	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014 Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009
9.	Calculul indicatorilor pentru determinarea linearului ocupat	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2014 Niță, V., Agheorghiesei, D., ”Merchandising”, Editura Tehnopress, Iași, 2008; Mouton D.,Paris G. , “Practica merchandisingului”,Editura Polirom, Iași, 2009
10.	Poziționarea marfurilor in magazin in funcție de principiile merchandisingului	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	2h Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente</i>

			<p><i>de merchandising</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2014</p> <p>Niță, V., Agheorghiesei, D., ”<i>Merchandising</i>”, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , ”<i>Practica merchandisingului</i>”, Editura Polirom, Iași, 2009</p>
11.	Așezarea mărfurilor pe echipamentele de expunere în funcție de linearul ocupat	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	<p>2h</p> <p>Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2014;</p> <p>Niță, V., Agheorghiesei, D., ”<i>Merchandising</i>”, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , ”<i>Practica merchandisingului</i>”, Editura Polirom, Iași, 2009</p>
12.	Așezarea mărfurilor pe echipamentele de expunere în funcție de linearul ocupat	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	<p>2h</p> <p>Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2014;</p> <p>Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2014;</p> <p>Niță, V., Agheorghiesei, D., ”<i>Merchandising</i>”, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , ”<i>Practica merchandisingului</i>”, Editura Polirom, Iași, 2009</p>
13.	Stabilirea tehnicilor promoționale pe raion	Expunerea, explicatia, conversatia euristica	<p>2h</p> <p>Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2014;</p>

			<p>Corodeanu Agheorghiesei, D. T., <i>Elemente de merchandising</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2014;</p> <p>Niță, V., Agheorghiesei, D., <i>”Merchandising”</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2008;</p> <p>Mouton D., Paris G. , <i>”Practica merchandisingului”</i>, Editura Polirom, Iași, 2009</p>
--	--	--	--

Bibliografie

Corodeanu Agheorghiesei, D. T., *Elemente de merchandising*, Editura Tehnopress, Iași, 2014

Ebster, C., Garaus, M., *Store Design and Visual Merchandising: Creating Store Space That Encourages Buying*, Business Expert Press, New York, 2015;

Guegun N., *”Psihologia consumatorului”*, Editura Polirom, Iași, 2006;

Ladwein, R., *”Le comportement du consommateur et de l’Acheteur”*, Editura Economica, Parisa, 2003;

Lincoln, K., Tomassen, L., *”How to succeed at Retail”*, Editura Kogan Page, London, 2007;

Mouton D., Paris G. , *”Practica merchandisingului”*, Editura Polirom, Iași, 2009;

Niță, V., Agheorghiesei, D., *”Merchandising”*, Editura Tehnopress, Iași, 2008;

Tacke, H., Marreiros, S., *”Shop Design”*, Editura TeNeues, Milano, 2006;

Gerald Zaltman, *”How Customers Think: Essential insights into the Mind of The Market”*, Harvard Business Press, 2003

Wellhoff, A., *”Le Merchandising”*, Editura Dunod, Paris, 2001

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

Oferirea cunoștințele teoretice și formarea abilitățile practice ale studenților conform așteptărilor acestora și a angajatorilor pentru integrarea optimă pe piața muncii în domeniul de retail.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Examen grilă (în baza activității de predare, a suportului de curs, și a activității de seminar)	scrisă	60%
10.5 Seminar/ Laborator	Proiect structurat pe două cerințe principale: - reorganizare spațiu de vânzare (80% din nota proiectului)	scrisă	40%

	<ul style="list-style-type: none"> - identificarea aplicării principiilor merchandising-ului clasic în magazinul online (20% din nota proiectului) <p><i>Notă:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proiect de echipă după o structură dată. - Structura cu cerințele privind elaborarea și notarea proiectului va fi afișată și discutată la clasă. 		
<p>10.6 Standard minim de performanță minim 5 testul final sesiune, minim 5 nota seminar, realizarea proiectului la seminar, pe etape, conform specificațiilor date de profesor (corectarea proiectului se va face pe parcurs, la seminar și în forma finală)</p>			
<p>Participarea la examenul final din sesiune. Minim nota 5 (cinci) la testul grilă (examen final/în sesiune). Minim nota 5 (cinci) la seminar. Realizarea proiectului conform cerințelor din structura dată de profesori (anunțată la seminar, afișată pe portal/TEAMS).</p> <p>Nota la proiect este comună pentru toți membrii proiectului, dar aceasta poate fi diminuată la nivel individual în funcție de modul în care au fost realizate de către student sarcinile alocate la orele de seminar.</p> <p>Proiectul trebuie predat la data anunțată studenților de către profesor, înainte de sesiunea de examen, dar nu poate fi predat în sesiunea de restanță.</p> <p>Nota de la examenul scris poate fi bonificată cu maxim un punct, pe baza participării studenților la dezbaterile tematice de la curs.</p> <p>În cazul în care proiectul predat are părți similare cu alte proiecte, nota la evaluare va fi 1 (unu).</p> <p>În cazul desfășurării activității didactice în mod online, studenții trebuie să se conecteze audio și video pe platforma TEAMS.</p>			

02.10. 2023

Titular curs,
Prof.univ.dr. DANIELA
TATIANA
AGHEORGHIESEI

Titular seminar,

Conf.univ.dr. MIHAI
TĂLMACIU

Data avizării în departament
02.10. 2023

Director de departament,
Prof. univ. dr. ANDREI NEȘTIAN