



FIȘA DISCIPLINEI

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	MANAGEMENT, MARKETING SI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	LICENTA
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MERCHANDISING						
2.2 Titularul activităților de curs	PROF. DR. VALENTIN NITA						
2.3 Titularul activităților de seminar	CONF. DR. MIHAI TALMACIU						
2.4 An de studiu	2	2.5 Semestru	1	2.6 Tip de evaluare	EVP	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:	curs	2	seminar/laborator	2
3.2 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	curs	28	seminar/laborator	28
3.3 Distribuția fondului de timp						ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele						20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						21
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						20
Tutoriat						4
Examinări						4
Alte activități.....						
3.4 Total ore studiu individual						69
3.5 Total ore pe semestru						125
3.6 Număr de credite						5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Microeconomie; Management; Marketing
4.2 De competențe	

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	-
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	-





6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor C2. Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare și depozitare
Competențe transversale	CT1. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei CT2. Rezolvarea de probleme și adoptarea de decizii într-un context simplu și previzibil; abilități de redactare și prezentare a unor materiale scrise și discursuri; capacitatea de a lucra cu cifre, de a utiliza date și de a analiza tendințe; abilitatea de aplicare a cunoștințelor în situații din viața cotidiană; cunoștințe generale de metodologia cercetării; abilități de lucru în echipă; învățare autonomă și independentă; identificarea nevoilor de învățare și dezvoltarea abilităților de învățare prin studii de caz, dezbateri și soluționarea de probleme concrete;

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	COMERCIALIZAREA PRODUSELOR/SERVICIILOR
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">▪ Explice rolul și importanța merchandisingului în mediul practic▪ Descrie organizarea vânzării pe suprafețele mari de vânzare▪ Utilizeze principiile de bază ale merchandisingului▪ Analizeze punctele tari și punctele slabe ale organizării suprafețelor mari de vânzare▪ Calculeze indicatori de bază folosiți în merchandising

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Merchandising – concepte fundamentale	Prelegere,	2 ore
2.	Tendințe pe piața de retail	Prelegere,	2 ore
3.	Zona de atractivitate	Prelegere, discuții, studiul de caz	2 ore





4.	Elemente de comportamentul consumatorilor în spațiile de vânzare	Prelegere, discuții, prezentări video	4 ore
5.	Aplicarea tehnicilor promoționale în spațiile de vânzare	Prelegere, discuții, prezentări video	2 ore
6.	Organizarea spațiului de vânzare și a vânzării – principii generale	Prelegere, discuții, prezentări video	4 ore
7.	Asortimentul	Prelegere, discuții, prezentări video	3 ore
8.	Linearul	Prelegere, discuții, studiul de caz	3 ore
9.	Planograma	Prelegere, discuții, studiul de caz	2 ore
9.	Managementul categoriei	Prelegere, discuții, studiul de caz	4 ore

Bibliografie

Mouton Dominique – Practica merchandisingului; Ed. POLIROM, Iași, 2009

Niță Valentin, Daniela Corodeanu – Merchandising, Ed. Tehnopress, Iași, 2008

Ristea A., Tudose C. - Tehnologie comerciala, Ed. Expert, Bucuresti, 1995

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Proiect hipermarket - Organizarea activității de merchandising într-un mare spațiu comercial	Studiul de caz metoda proiectelor. problematizarea lucrări practice	60 % - (30% evaluare partea I a proiectului, 30 % evaluare partea a doua proiectului)
2.	verificări pe parcursul semestrului (elemente de identitate și planul general al magazinului, organizarea activității raioanelor și schița dispunerii mobilierului comercial)	Studiul de caz metoda proiectelor.	20%
3.	Prezentări referate	Studiul de caz	20%

Bibliografie

Mouton Dominique – Practica merchandisingului; Ed. POLIROM, Iași, 2009

Niță Valentin, Daniela Corodeanu – Merchandising, Ed. Tehnopress, Iași, 2008



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

--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Cunoștințe de specialitate	- evaluare prin probe scrise (2 teste cu precizările de mai jos)	50 (25 + 25)
10.5 Seminar/ Laborator	Rezolvare aplicații Lucrul în echipă	- prezentări orale - evaluare proiecte	50
10.6 Standard minim de performanță			
Realizarea cerințelor impuse de criteriile și metodele de evaluare			

Calendar evaluare (semestrul 3 - anul universitar 2023 – 2024)

Săptămânile 1 – 8 - evaluare proiect seminar

Săptămâna 8 – test cunoștințe fundamentale

Săptămânile 9 - 13 – proiect comportament individual de consum

Săptămâna 12 – refacere test 1 (studenții care au sub nota 5)

Săptămâna 14 – test final; test pentru mărirea notei (studenții care au obținut sub nota 5 la unul sau cele 2 teste nu au dreptul la mărirea); test de refacere a testului 1 sau a testului (pot participa studenții care nu au participat la teste sau nu au obținut cel puțin 5 puncte la evaluare). Pentru promovare, studenții trebuie să obțină un punctaj de cel puțin 4 puncte atât la testele de la curs (media lor) cât și la evaluările de la seminar. Media seminar + curs trebuie să fie minim 5.

Data completării
20.09.2023Titular de curs
Prof. dr. Valentin NițăTitular de seminar
Conf. dr. Mihai TălmăciuData avizării
28.09.2023

Director de departament

Prof. dr. Andrei Neșțian