



## 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 și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing și comunicare în afaceri

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Distributie						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. Gabriela Boldureanu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. Dr. Gabriela Boldureanu						
2.4 An de studiu	II	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	3	din care: curs	2	seminar/laborator	1
3.2 Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	seminar/laborator	14
3.3 Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					38
Tutoriat					6
Examinări					4
Alte activități.....					0
3.4 Total ore studiu individual					133
3.5 Total ore pe semestru					175
3.6 Număr de credite					7

### 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	-
4.2 De competențe	-

### 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	- Profesorul și studenții trebuie să aibă acces la internet și să dispună de mijloace tehnice necesare desfășurării activității online.
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	- Profesorul și studenții trebuie să aibă acces la internet și să dispună de mijloace tehnice necesare desfășurării activității online.





## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p><b>C1.</b> Să utilizeze cunoștințele teoretice și practice privitoare la activitatea de distribuție</p> <p><b>C2.</b> Să calculeze indicatori specifici domeniului</p> <p><b>C3.</b> Să realizeze un proiect individual, integrând cerințele rigorii unei cercetări de marketing în particularitățile domeniului</p> <p><b>C4.</b> Să demonstreze capacități analitice privitoare la domeniul distribuției, dar și din domenii înrudite sau complementare</p> <p><b>C5.</b> Să configureze o rețea de distribuție</p>
<b>Competențe transversale</b>	<p><b>CT1.</b> Să demonstreze autonomie în procesul de învățare, de analiză a datelor, de interpretare a rezultatelor unei cercetări</p> <p><b>CT2.</b> Să prezinte în fața unui public avizat sau nu, folosind tehnici adecvate, un discurs coerent și persuasiv</p> <p><b>CT3.</b> Să demonstreze leadership și inovație în condițiile de muncă sau de studiu</p>

## 7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

<b>7.1. Obiectivul general</b>	Obiectivul general al cursului este să furnizeze un set de concepte și abordări care să permită analiza, evaluarea, configurarea unor sisteme de distribuție precum și conceperea și implementarea unor strategii de distribuție. Pe marginea cunoștințelor teoretice, studenții realizează individual un studiu practic privind configurarea unei rețele de distribuție, elaborarea unor strategii de distribuție, analiza dinamicii sistemelor de distribuție, dezvoltându-și capacitățile de analiză, de interpretare, de argumentare, de colaborare în vederea atingerii unui scop.
<b>7.2. Obiectivele specifice</b>	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Explice noțiunile de bază</li><li>▪ Utilizeze terminologia specifică</li><li>▪ Analizeze o rețea de distribuție</li><li>▪ Integreze într-un proiect cerințele rigorii unei cercetări de marketing în particularitățile domeniului</li><li>▪ Să prezinte în fața unui public avizat sau nu, folosind tehnici adecvate, un discurs coerent și persuasiv</li></ul>

## 8. Conținut

<b>8.1</b>	<b>Curs</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b> (ore și referințe bibliografice)
1.	Conținutul distribuției mărfurilor	Expunere, curs interactiv	2 ore
2.	Rolul și funcțiile distribuției mărfurilor	Expunere, curs interactiv	2 ore
3.	Tipologia canalelor și a circuitelor de distribuție	Expunere, curs interactiv	2 ore





4.	Particularități ale canalelor de distribuție Prezentare exemple studenți Prezentare studiu echipă	Expunere, curs interactiv	4 ore
5.	Modele comportamentale de analiză a canalului de distribuție Prezentare exemple studenți Prezentare studiu echipă	Expunere, curs interactiv	4 ore
6.	Organizarea teritorială în distribuție Prezentare exemple studenți Prezentare studiu echipă	Expunere, curs interactiv	4 ore
7.	Analiza și proiectarea sistemelor de distribuție Prezentare exemple studenți Prezentare studiu echipă	Expunere, curs interactiv	4 ore
8.	Prognozele, bugetele comerciale și strategii de distribuție Prezentare exemple studenți Prezentare studiu echipă	Expunere, curs interactiv	4 ore
9.	Recapitulare Prezentare exemple studenți	Expunere, curs interactiv	2 ore

**Bibliografie****Referințe principale:**

Referințe principale:

Boldureanu G., (2020), Managementul comerțului, Editura Performantica, Iași

Benoun, M., (2003), Distribution, Ed. Economica, București

Dent, J., (2014), Technology Distribution Channels, Kogan Page

Pimor, Y., Fender, M., (2008), Logistique. Production. Distribution. Soutien, Ed. Dunod, Paris

Ristea, A.L., Franc, I.V., Purcărea, T., (2005), Economia distribuției: Marketing, management, dezvoltare, Ed.Expert

Roman, T., (2006), Logistica, Ed. Junimea, Iași

Rushton, A., Croucher, P., Baker, P., (2010), Logistics &amp; distribution management, Kogan Page

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Cunoaștere; prezentarea metodei de lucru și de evaluare	Discuții libere	2 ore
2.	Distribuție.Noțiuni generale. Aplicații	Expunere, dezbatere, studii de caz. Formare echipe de lucru	2 ore
3.	Proiect de semestru - Strategiile de distribuție din cadrul unei societăți comerciale	Expunere, dezbatere, aplicații practice	8 ore
4.	Seminar final	Rezultate, evaluare seminar	2 ore



**Bibliografie**

Dent, J., *Distribution Channels: Understanding and Managing Channels to Market*, Kogan Page, 2011  
Rolnicki, K., *Managing Channels of Distribution: The Marketing Executive's Complete Guide*, New York: AMACOM, 1998  
Martínez-López, F. J., Maraver Tarifa, G., *Distribucion Comercial*, Delta Publicaciones Educativas, Madrid: 2009  
Rushton A., *Handbook of Logistics and Distribution Management*, Kogan Page, 2010

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

Planul de învățământ, precum și conținutul disciplinei sunt analizate periodic în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri care desfășoară activități de distribuție. De asemenea, absolvenții sunt invitați periodic să dea un feedback cu privire la conținutul disciplinei în vederea adaptării permanente la cerințele pieței muncii.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Utilizarea corectă a noțiunilor Rezolvarea corectă a aplicațiilor practice	Examen scris (40%) Activitate curs (10%)	50%
10.5 Seminar/ Laborator	La dezbaterile studiilor de caz se va ține cont de implicarea activă în discuții, cu argumente logice, bazate pe aspectele teoretice prezentate anterior și pe datele existente în respectivele studii. Criterii folosite la corectarea proiectului: <ul style="list-style-type: none"><li>- structură</li><li>- filiera logică a ideilor</li><li>- argumentare</li><li>- stil și originalitate</li><li>- formă</li><li>- relevanța concluziilor</li></ul>	Proiectul trebuie predat conform calendarului anunțat la prima întâlnire. Rezultatele studiului trebuie prezentate în fața colegilor în cadrul sesiunilor speciale care vor fi anunțate la prima întâlnire.	50%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b>			
Pentru nota 5 studentul trebuie să utilizeze corect noțiunile de bază și să recunoască metodele și instrumentele necesare pentru a fi utilizate în rezolvarea aplicațiilor practice			





Data completării  
20.09.2021

Titular de curs  
Conf. Dr. Gabriela Boldureanu

Titular de seminar  
Conf. Dr. Gabriela Boldureanu

Data avizării în departament  
22.09.2021

Director de departament  
Conf. dr. Ștefan Andrei Neșțian

