

D.07.O.043 MARKETING ȘI LOGISTICĂ (învățământ cu frecvență)
D.07.O.042 MARKETING ȘI LOGISTICĂ (învățământ cu frecvență redusă)

1. Date despre disciplină/modul

Facultatea	Electronică și Telecomunicații				
Departamentul	Telecomunicații și Sisteme Electronice				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studii	07.O.043 Marketing și logistică				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
IV (învățământ cu frecvență)	VII	E	D - disciplină de domeniu profesional	O – disciplină obligatorie	5
IV (învățământ cu frecvență redusă)	VIII				

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
150	45	0/30	-	45	30
150	16	0/14	-	60	60

3. Precondiții de acces la disciplină/modul

Conform planului de învățământ	Cerințele prealabile la însușirea disciplinei "Marketing și Logistică" sunt cunoștințele dobândite la cursurile Economie Generală (microeconomie și macroeconomie), Economia Ramurii, Management, Statistica Economică, etc.
Conform competențelor	Abilitățile obținute în cadrul studierii disciplinei sunt necesare pentru studierea Managementul proiectelor tehnice, unde sunt integrate concepte de marketing și logistică pentru planificarea și implementarea proiectelor de telecomunicații; Managementul lanțului de aprovizionare în telecomunicații, care aprofundează procesele logistice; și Strategii de piață pentru produse și servicii telecom, care se concentrează pe aplicarea strategiilor de marketing în dezvoltarea și promovarea serviciilor telecomunicații.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului în sala de curs sunt necesare tabla interactivă/ proiector și calculator. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul activităților didactice.
Laborator/seminar	Studenții vor executa lucrările de laborator, conform indicațiilor metodice. Vor perfecta proiecte în format electronic, pe care le vor încărca pe platforma Moodle, nu mai târziu de o săptămână după efectuarea lucrării.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe transversale	CT1. Identificarea și gestionarea informațiilor adecvate și relevante în vederea dezvoltării și extinderii domeniului de utilizare a comunicațiilor electronice. CT2. Respectarea normelor etice și deontologice în elaborarea și coordonarea proiectelor aferente comunicațiilor electronice și administrării afacerilor prin utilizarea eficientă a resurselor organizaționale. CT3. Adaptarea la noile tehnologii, dezvoltarea profesională și personală, prin formare continuă folosind surse de documentare tipărite, software specializat și resurse electronice în limba română și, cel puțin, într-o limbă de circulație internațională.
--------------------------------	--

6. Obiectivele disciplinei/modulului

Obiectivul general	Cunoașterea principiilor fundamentale ale marketingului și logisticii, integrarea acestora în dezvoltarea strategiilor eficiente de promovare, distribuție și gestionare a fluxurilor de bunuri și servicii, în scopul optimizării proceselor și satisfacerii nevoilor pieței.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dobândirea cunoștințelor teoretice și practice privind mixul de marketing și canalul logistic: Studierea strategiilor de produs, preț, promovare și distribuție, precum și aplicarea lor în contextul logisticii pentru optimizarea fluxurilor de produse și

	<p>servicii.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea abilităților de realizare a cercetărilor de piață și planificarea logistică: Înțelegerea importanței cercetării pieței în luarea deciziilor de marketing și aplicarea tehnicilor de cercetare pentru a sprijini planificarea și implementarea eficientă a strategiilor logistice. • Formarea competențelor de gestionare a relațiilor cu clienții și dezvoltarea unui marketing sustenabil: Aplicarea conceptelor de marketing relațional și fidelizarea clienților, alături de integrarea principiilor de logistică verde și sustenabilă în procesul de dezvoltare a afacerii.
--	---

7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica prelegerilor		
T1. Introducere în Marketing și Logistică Definiția și importanța marketingului. Evoluția conceptului de marketing. Definiția și rolul logisticii în afaceri. Istoria și evoluția logisticii.	2	0,5
T2. Mixul de Marketing și Canalul Logistic Produs, Preț, Promovare, Plasare + 3P. Integrarea mixului de marketing. Funcțiile și structura canalului logistic. Optimizarea performanței canalului logistic prin tehnologie și automatizare.	2	0,5
T3. Cercetarea de Piață și Planificarea Logistică Metode și tehnici de cercetare de piață. Importanța cercetării de piață în marketing. Etapile planificării logistice. Optimizarea proceselor logistice.	2	0,5
T4. Segmentarea Pieței și Gestionarea Stocurilor Segmentarea și Targetarea Pieței Criterii de segmentare Strategii de targetare. Gestionarea Stocurilor Metode de gestionare a stocurilor Sisteme de control al stocurilor (JIT, MRP)	2	0,5
T5. Poziționarea și Brandingul în Marketing Poziționarea în Marketing. Tehnici de poziționare pe piață. Strategii competitive de poziționare. Branding și Identitate de Brand. Construcția și gestionarea unui brand. Rebranding și re poziționare	2	0,5
T6. Distribuția și Transportul în Logistică Distribuția Fizică Tipuri de canale de distribuție. Distribuția directă vs. Indirectă. Transportul în Logistică Moduri de transport (rutier, feroviar, aerian, maritim). Managementul flotei și optimizarea transportului.	2	0,5
T7. Publicitatea și Promovarea în Marketing Publicitatea în Marketing. Tipuri de publicitate. Planificarea campaniilor publicitare. Promovarea Vânzărilor. Tehnici de promovare a vânzărilor. Rolul promoțiilor în mixul de marketing.	2	0,5
T8. Depozitarea și Gestionarea Spațiilor Depozitarea în Logistică Tipuri de depozite și centre de distribuție. Managementul spațiilor de depozitare. Sisteme de Gestionare a Depozitelor. Warehouse Management Systems (WMS).	2	0,5

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Optimizarea operațiunilor de depozitare.		
OT9. Prețul în Marketing și Costurile în Logistică Strategii de Preț în Marketing. Factori care influențează stabilirea prețurilor. Tehnici de stabilire a prețurilor. Costurile în Logistică. Tipuri de costuri logistice. Analiza costurilor și controlul acestora.	2	1
T10. Marketing Digital și Logistică Electronică Marketingul Digital. Canale digitale și strategii de marketing online. SEO, SEM, și marketingul pe social media. Logistica Electronică (E-Logistics). Conceptul de e-logistics Tehnologii emergente în logistică.	2	1
T11. Marketingul Relațional și Parteneriatele Logistice Marketingul Relațional. Importanța relațiilor cu clienții. CRM (Customer Relationship Management). Parteneriatele Logistice. Colaborarea între partenerii din lanțul de aprovizionare. Logistică integrată și 3PL.	2	1
T12. Comerțul Internațional și Logistică Globală Comerțul Internațional. Strategii de marketing internațional. Adaptarea mixului de marketing la piețele globale. Logistică Globală Provocările logisticii internaționale. Regulamente și certificări internaționale.	3	1
T13. Comportamentul Consumatorului și Managementul Cererii Comportamentul Consumatorului. Factori care influențează deciziile de cumpărare. Teorii și modele de comportament al consumatorului. Managementul Cererii. Proгноza cererii. Echilibrarea cererii și ofertei.	2	1
T14. Marketingul Verde și Logistica Sustenabilă Marketingul Verde. Strategii de marketing ecologic. Impactul sustenabilității asupra deciziilor de marketing. Logistica Sustenabilă. Practici de logistică ecologică. Reducerea amprente de carbon în logistică.	3	1
T15. Fidelizarea Clienților și Serviciul Logistic Fidelizarea Clienților. Programe de loialitate. Rolul serviciilor post-vânzare în fidelizarea clienților. Serviciul Logistic. Importanța serviciului logistic în satisfacția clienților. Key Performance Indicators (KPI) în serviciile logistice.	2	1
T16. Marketingul de Produse Noi și Dezvoltarea Inovațiilor Logistice Marketingul de Produse Noi. Etapile dezvoltării unui produs nou. Lansarea și promovarea produselor noi. Inovații în Logistică Tehnologii inovative în logistică. Automatizarea și robotica în depozitare și transport.	3	1
T17. Comunicarea de Marketing și Tehnologia în Logistică Comunicarea de Marketing. Rolul comunicării integrate în marketing. Branding și mesaje publicitare eficiente. Tehnologia în Logistică.	2	1

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Sisteme informatice pentru managementul logisticii. Internet of Things (IoT) și Big Data în logistică.		
T18. Marketingul de Servicii și Logistica Reversă Marketingul de Servicii. Particularitățile marketingului pentru servicii. Gestionarea experienței clientului. Logistică Reversă. Recuperarea produselor și managementul retururilor. Impactul logisticii reversibile asupra sustenabilității.	3	1
T19. Evaluarea Performanței Marketingului și Logisticii Evaluarea Performanței Marketingului. Indicatori cheie de performanță în marketing. Analiza ROI și eficiența campaniilor de marketing. Evaluarea Performanței Logisticii. KPI în logistică. Benchmarking și optimizarea proceselor logistice.	2	1
T20. Planificarea Strategică în Marketing și Logistică Planificarea Strategică în Marketing. Analiza SWOT și formularea strategiilor. Planificarea pe termen lung. Planificarea Strategică în Logistică. Strategii logistice pentru avantaj competitiv. Integrarea planificării logistice cu strategia de afaceri.	3	1
	45	16

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Temele seminarelor		
Seminar 1: Introducere în marketing și logistică; produs, preț, promovare, plasare	2	0,5
Seminar 2: Cercetarea de piață și planificarea logistică	2	0,5
Seminar 3: Segmentarea și poziționarea pieței; branding	2	1
Seminar 4: Distribuția și transportul în logistică	2	1
Seminar 5: Publicitatea și promovarea în marketing	2	1
Seminar 6: Managementul depozitelor și logistica	2	1
Seminar 7: Strategii de preț și costuri în logistică	2	1
Seminar 8: Marketing digital și logistica electronică	2	1
Seminar 9: CRM și parteneriate logistice	2	1
Seminar 10: Comerțul internațional și provocările logisticii globale	2	1
Seminar 11: Comportamentul consumatorului și managementul cererii	2	1
Seminar 12: Marketing ecologic și logistica sustenabilă	2	1
Seminar 13: Fidelizarea clienților și serviciul logistic	2	1
Seminar 14: Marketingul de produse noi și dezvoltarea inovațiilor logistice	2	1
Seminar 15: Comunicarea de marketing și tehnologia în logistică; marketingul de servicii și logistica reversă	2	1
Total lucrari de laborator:	30	14

8. Referințe bibliografice

Principale	<ul style="list-style-type: none"> • Philip Kotler, Gary Armstrong, "Principiile marketingului" – Editura Teora, 2017. • Philip Kotler, Kevin Lane Keller, "Managementul marketingului" – Editura Prentice Hall, 2016. • Michael Porter, "Marketingul competitiv" – Editura Meteor Press, 2020. • Martin Christopher, "Logistics & Supply Chain Management" – Pearson, 2016. • Sunil Chopra și Peter Meindl, "Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation" – Pearson. • Ioan Ionescu, "Managementul operațiunilor logistice" – Editura ASE, 2017. • Alexandru Stan, "Transportul și logistica mărfurilor" – Editura Universitară, 2019.
Suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> • Adrian Micu, "Marketing. De la teorie la practică" – Editura Universitară, 2015. • Ioan Bogdan, "Strategii de marketing" – Editura Economică, 2018.

	<ul style="list-style-type: none"> • Mihai Popescu, "Marketing internațional" – Editura ASE, 2019. • Wilma Pârjol, "Comportamentul consumatorului" – Editura Universitară, 2017. • Ion Stoica, "Marketing digital" – Editura Universitară, 2021. • Dumitru Iacob, "Psihologia consumatorului" – Editura Uranus, 2018. • Dumitru Iacob, "Marketing direct și publicitate" – Editura Uranus, 2015. • Nicolae Al. Pop, "Marketing internațional" – Editura ASE, 2018. • Philip Kotler și Kevin Lane Keller, "Marketing Management" – Pearson, 2016. • Jonah Berger, "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" – Simon & Schuster, 2016. • David Meerman Scott, "The New Rules of Marketing and PR" – Wiley, 2020. • Игорь Манн (Igor Mann), "Маркетинг на 100%" (Marketing 100%) – Издательство "Питер", 2020. • Евгений Касперский (Evgeny Kaspersky), "Цифровой маркетинг" (Marketing Digital) – Издательство "Эксмо", 2019. • Ion Gh. Roșca, "Logistica și managementul lanțului de aprovizionare" – Editura Economică, 2020. • Nicolae Băcanu, "Logistică. Teorie și practică" – Editura Tehnică, 2018. • Corneliu Velican, "Managementul lanțului de aprovizionare" – Editura Tribuna Economică, 2018. • Viktor Kuznetsov, "Логистика: принципы и практика" (Logistică: Principii și practică) – Издательство "Инфра-М", 2020. • Vladimir Sergeev, "Управление цепями поставок" (Managementul lanțului de aprovizionare) – Издательство "Питер", 2019.
--	--

9. Evaluare

Forma de învățământ	Periodică		Curentă	Lucrul individual	Examen final
	Atestarea 1	Atestarea 2			
Cu frecvență	15%	15%	15%	15%	40%
Cu frecvență redusă	25%			25%	50%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri, lucrări de laborator; Obținerea notei minime de „5” la ambele atestări, activitatea curentă, lucrul individual; Obținerea notei minime de „5” la examenul final.					