

D.07.O.043 Marketing și logistică

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	0710.1 INGINERIE ȘI MANAGEMENT ÎN TELECOMUNICAȚII				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
IV (învățământ cu frecvență)	I	E	D - disciplină de domeniu profesional	O – disciplină obligatorie	5

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/l. practice	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
150	45	30	-	45	30
150	16	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 profesionale	C1. Înțelegerea conceptelor fundamentale din Marketing și Logistică <ul style="list-style-type: none"> • C1.1: Definirea și descrierea conceptelor cheie din marketing și logistică. • C1.2: Explicarea evoluției și importanței marketingului în economie. • C1.3: Descrierea relației dintre marketing și logistică în cadrul unui sistem integrat.
--------------------------------	---

- **C1.4:** Identificarea componentelor mixului de marketing și aplicarea acestora în diverse industrii.
- **C1.5:** Analizarea proceselor logistice și înțelegerea rolului acestora în succesul organizațional.

C2. Aplicarea Mixului de Marketing și Gestionarea Canalelor Logistice

- **C2.1:** Implementarea strategiilor de marketing utilizând cele 4P (Produs, Preț, Promovare, Plasare).
- **C2.2:** Utilizarea tehnicilor de segmentare și targetare a pieței pentru creșterea eficienței marketingului.
- **C2.3:** Gestionarea eficientă a canalelor de distribuție și integrarea lor cu logistica.
- **C2.4:** Evaluarea impactului strategiilor de preț asupra comportamentului consumatorilor și asupra costurilor logistice.
- **C2.5:** Analizarea canalelor digitale și utilizarea acestora în strategiile de marketing și logistică.

C3. Realizarea Cercetărilor de Piață și Planificarea Logistică

- **C3.1:** Aplicarea tehnicilor de cercetare de piață pentru a înțelege nevoile și comportamentele consumatorilor.
- **C3.2:** Analiza datelor de cercetare și utilizarea acestora în formularea strategiilor de marketing.
- **C3.3:** Evaluarea impactului schimbărilor în cerințele pieței asupra lanțului de aprovizionare și proceselor logistice.
- **C3.4:** Dezvoltarea unui plan logistic bazat pe tendințele pieței și cerințele clienților.
- **C3.5:** Integrarea feedback-ului din cercetările de piață în strategiile logistice pentru îmbunătățirea serviciilor.

C4. Gestionarea Stocurilor și Optimizarea Distribuției

- **C4.1:** Aplicarea tehnicilor de gestionare a stocurilor pentru a minimiza costurile și a asigura disponibilitatea produselor.
- **C4.2:** Optimizarea fluxurilor de distribuție pentru a reduce timpii de livrare și costurile de transport.
- **C4.3:** Implementarea soluțiilor de depozitare eficiente pentru o gestionare mai bună a resurselor.
- **C4.4:** Evaluarea impactului gestiunii stocurilor asupra satisfacției clienților și performanței logistice.
- **C4.5:** Utilizarea tehnologiilor moderne pentru îmbunătățirea proceselor de distribuție și stocare.

C5. Implementarea Strategiilor de Marketing Digital și Logistică Electronică

- **C5.1:** Dezvoltarea și implementarea strategiilor de marketing digital pentru atragerea și fidelizarea clienților.
- **C5.2:** Aplicarea conceptelor de logistică electronică (E-Logistics) pentru optimizarea proceselor de aprovizionare și distribuție online.
- **C5.3:** Utilizarea datelor mari (Big Data) și IoT (Internet of Things) pentru a îmbunătăți performanța logisticii și marketingului.
- **C5.4:** Analizarea influenței marketingului digital asupra comportamentului consumatorilor și strategiilor logistice.
- **C5.5:** Implementarea platformelor de comerț electronic și integrarea acestora cu procesele logistice pentru a facilita livrările rapide și eficiente.

C6. Conceperea, implementarea și operarea strategiilor de marketing și logistică pentru servicii telecomunicații, bazate pe înțelegerea pieței și a nevoilor clienților.

- **C6.1.** Identificarea conceptelor fundamentale referitoare la piața telecomunicațiilor și nevoile de logistică.

	<ul style="list-style-type: none"> • C6.2. Explicarea și interpretarea principalelor cerințe și tehnici specifice pentru promovarea serviciilor telecomunicații. • C6.3. Rezolvarea de probleme practice utilizând cunoștințe generale privind marketingul și logistica. • C6.4. Utilizarea principalilor parametri specifici pentru evaluarea performanțelor logistice și de marketing în telecomunicații. • C6.5. Dezvoltarea și implementarea unor soluții strategice de marketing și logistică pentru servicii telecomunicații.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1. Aplicarea metodelor de bază pentru analiza pieței și optimizarea lanțurilor de aprovizionare în telecomunicații, precum și elaborarea soluțiilor strategice de marketing și logistică. • CT2. Caracterizarea pieței și analiza comportamentului consumatorilor în domeniul telecomunicațiilor. • CT3. Explicarea și interpretarea metodelor de cercetare de piață și a strategiilor de promovare. • CT4. Utilizarea instrumentelor digitale pentru analiza pieței și dezvoltarea de campanii de marketing. • CT5. Utilizarea metodelor și instrumentelor specifice pentru optimizarea logisticii și a lanțurilor de aprovizionare. • CT6. Proiectarea strategiilor de marketing și logistică pentru maximizarea eficienței operaționale în telecomunicații. • CT7. Utilizarea planificării strategice și elaborarea planurilor de afaceri pentru întreprinderile de telecomunicații. • CT8. Reacționarea rapidă la schimbările de pe piață și adaptarea strategiilor de marketing și logistică. • CT9. Identificarea și gestionarea riscurilor asociate schimbărilor din mediul de afaceri. • CT10. Învățarea continuă și dezvoltarea abilităților profesionale pentru a face față provocărilor emergente. • CT11. Înțelegerea diversității culturale și a modului în care aceasta influențează comportamentele de consum și logistica globală. • CT12. Capacitatea de a lucra într-un mediu cu multiple influențe externe și interne, precum reglementările sau tendințele pieței.

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: Studiarea strategiilor de produs, preț, promovare și distribuție, precum și aplicarea lor în contextul logisticii pentru optimizarea fluxurilor de produse și servicii. • 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
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
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
T3. Cercetarea de Piață și Planificarea Logistică Metode și tehnici de cercetare de piață. Importanța cercetării de piață în marketing. Etapele planificării logistice. Optimizarea proceselor logistice.	2
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
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 repoziționare	2
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
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
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). Optimizarea operațiunilor de depozitare.	2
T9. Prețul în Marketing și Costurile în Logistică	2

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
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.	
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
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
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.	2
T13. Comportamentul Consumatorului și Managementul Cererii Comportamentul Consumatorului. Factori care influențează deciziile de cumpărare. Teorii și modele de comportament al consumatorului. Managementul Cererii. Prognoza cererii. Echilibrarea cererii și ofertei.	2
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 amprentei de carbon în logistică.	
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
T16. Marketingul de Produse Noi și Dezvoltarea Inovațiilor Logistice Marketingul de Produse Noi. Etapele dezvoltării unui produs nou. Lansarea și promovarea produselor noi. Inovații în Logistică	2

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
	învățământ cu frecvență
Tehnologii inovative în logistică. Automatizarea și robotica în depozitare și transport.	
T17. Comunicarea de Marketing și Tehnologia în Logistică Comunicarea de Marketing. Rolul comunicării integrate în marketing. Branding și mesaje publicitare eficiente. Tehnologia în Logistică. Sisteme informatice pentru managementul logisticii. Internet of Things (IoT) și Big Data în logistică.	2
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.	2
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
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.	2

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. • 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" –

	<p>Simon & Schuster, 2016.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Sergeyev, "Управление цепями поставок" (Managementul lanțului de aprovizionare) – Издательство "Питер", 2019.
--	--

9. Evaluare

Denumire	Modul de desfășurare	Pondere pe componente de conținut
Evaluare curentă	Apreciere participare activă în cadrul seminarelor.	15%
Studiu individual		15%
Sarcina 1:	Prezentare referat conform temelor repartizate	20%
Sarcina 2:	Portofoliu cu rezolvare unor studii de caz, teste.	80%
Evaluare periodică		
EP 1	Test alcătuit din studii de caz, probleme și teste cu variante de răspuns.	15%
EP 2	Test alcătuit din studii de caz, probleme și teste cu variante de răspuns.	15%
Proiect/teză		
Examen semestrial	Scris, în baza biletului individual	40%