

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2025- 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				TEHNOLOGII COMERCIALE										
2.2 Codul disciplinei				0231AS3206.1										
2.3 Titularul activităților de curs				Conf. univ. dr. Anca-Mihaela Melinceanu										
2.4 Titularul activităților de seminar				Conf. univ. dr. Anca-Mihaela Melinceanu										
2.5 Anul de studiu		3	2.6 Semestrul		2	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)		V	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F-facultativă)		A	2.9 Numărul de credite ECTS		5

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	2
3.4 Numărul de săptămâni	12				
3.5 Total ore didactice din planul de învățământ	48	din care: 3.6 curs	24	3.7 seminar / laborator	24
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					23
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire pentru prezentări sau verificări					7
Pregătire pentru examinarea finală					4
Examinări					5
Consultații					2
Alte activități:					-
3.9 Total ore studiu individual		77			
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)		125			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
-------------------	--

4.2 de competențe	
-------------------	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; • Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet; • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C5 UTILIZAREA TEHNICILOR DE VANZARE (3/5 punct de credit) C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare (1 punct de credit) C5.3 Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare (1 punct de credit) C5.4 Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare (1 punct de credit) C6 ORGANIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE MARKETING ÎN CADRUL ORGANIZAȚIEI (2/5 punct de credit) C6.2 Explicarea principalelor atribuții și activități ale departamentului de marketing (1 punct de credit) C6.3 Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activităților de marketing (1 punct de credit)
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de cunoștințe cu privire la definirea și implementarea tehnologiilor comerciale în cadrul punctelor de vânzare.	
7.2 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)	Cunoștințe:	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, de management al relațiilor cu clienții și de aprovizionare, managementul lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și distribuitorii. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție. Studentul/Absolventul explică rolul merchandisingului în mixul de marketing și în creșterea vânzărilor.

		Studentul/Absolventul descrie comportamentul consumatorului la punctul de vânzare și factorii care îl influențează.
	Aptitudini:	Studentul/Absolventul folosește adecvat tehnici de negociere și de gestionare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții. Studentul/Absolventul aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare. Studentul/Absolventul aplică tehnici de aranjare și expunere a produselor pentru maximizarea atractivității. Studentul/Absolventul utilizează instrumente specifice pentru organizarea spațiului de vânzare
	Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii riguroase științific cu privire la tehnicile de vânzare și planul de vânzări pentru un produs sau serviciu specific, cu accent pe abordarea clientului și tehnicile de închidere. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelilor logistice și de management al canalelor de distribuție. Studentul/Absolventul demonstrează capacitate de organizare a activităților de merchandising într-un magazin sau punct de vânzare

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referinte bibliografice
1. Tehnologiile comerciale - concept, rol, conținut	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 1
2. Amplasarea punctelor de vânzare	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 2
3. Coordonate ale designului exterior și interior al punctelor de vânzare	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 3
4. Tehnologia amenajării magazinelor	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	4 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 4
5. Tehnologiile asortimentului de mărfuri	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 6
6. Tehnologia etalării mărfurilor	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 7
7. Gestionarea și randamentul suprafețelor de vânzare	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 8

8. Tehnologia depozitării mărfurilor	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 9
9. Forțele de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 11
10. Tehnologia transportului	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 8
11. Tehnologii comerciale specifice comerțului electronic	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 10
TOTAL		24 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Anca Teau, *Tehnologii comerciale*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2013

Bibliografie suplimentară:

2. Lefter Chirica, *Comert si economie comerciala*, Editura economica, Bucuresti, 2009

3. Mirela Vișean, *Tehnologii comerciale*, Editura ASE, București, 2004

4. Razvan Zaharia, *Gestiunea forțelor de vânzare*, Editura Uranus, București, 2002

5. Ana-Lucia Ristea, Constantin Tudose, *Tehnologie comercială*, Editura Expert, București, 1999

6. Nita Valentin, *Merchandising : teorie, metode si instrumente pentru eficientizarea punctului de vanzare*, Editura Tehnopress, Iasi, 2008

8.2 Seminar	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referinte bibliografice
1. Componentele secventiale ale tehnologiilor comerciale	Studiile de caz, discuțiile de grup, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 1
2. Configuratii ale centrelor comerciale si influentele asupra amplasamentului	Jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 2
3. Componentele designului interior si exterior	Exercițiul, demonstrația, simulările.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 3
4. Implantarea raioanelor	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 5
5. Optiuni strategice ale stabilirii asortimentului	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 6
6. Echipamentele comerciale – categorii reprezentative	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările,	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 8

	demonstrațiile		
7. Metodele de alocare a spațiilor pe raioane	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 5
8. Dimensionarea depozitelor; indicatorii de performanță	Studiile de caz, discuțiile de grup, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 9
9. Tipuri de comerț și tipuri de cumpărători	Jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 1
10. Caracteristicile principalelor modalități de transport	Exercițiul, demonstrația, simulările.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 8
11. Designul și tehnologia amenajării în comerțul electronic	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 10
TOTAL		24 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Anca Teau, *Tehnologii comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2013

Bibliografie suplimentară:

2. Lefter Chirica, *Comert și economie comercială*, Editura economica, București, 2009

3. Mirela Vișean, *Tehnologii comerciale*, Editura ASE, București, 2004

4. Razvan Zaharia, *Gestiunea forțelor de vânzare*, Editura Uranus, București, 2002

5. Ana-Lucia Ristea, Constantin Tudose, *Tehnologie comercială*, Editura Expert, București, 1999

6. Nita Valentin, *Merchandising : teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, Iasi, 2008

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mestesugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• Cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina Tehnologii comerciale; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și	Lucrare scrisă descriptivă 	60%

	procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în cadrul procesului de implementare a tehnologiilor comerciale; • coerența logică în analiză și argumentare pe parcursul procesului de implementare a tehnologiilor comerciale; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în cadrul procesului de implementare a tehnologiilor comerciale; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă”; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.		
10.5 Seminar/laborator	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina Tehnologii comerciale; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în cadrul procesului de implementare a tehnologiilor comerciale; • coerența logică în analiză și argumentare pe parcursul etapelor procesului de implementare a tehnologiilor comerciale; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în cadrul procesului de implementare a tehnologiilor comerciale; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă”; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.	Lucrări de control	10%
		Activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	30%

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a caracteristicilor negocierii;
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- obținerea notei 5 la examenul final.

Data completării: 25.09.2025

Intocmit,

Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

Semnătura titularului de seminar,

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Avizat,

Semnătura directorului de departament,

Conf.univ.dr. Aurelian DIACONU

Responsabil program de studii,

Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025

Semnătura Decan,

Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....