

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2025-2026**  
**Anul de studiu III / Semestrul II**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificări COR	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice.
1.7. Forma de învățământ	Învățământ la distanță

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei		<b>Merchandising</b>			Codul disciplinei	<b>ECTS 326.1</b>
2.2. Titularul activităților de curs				Lect.univ.dr. Dârja Mălina		
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect				Lect.univ.dr. Dârja Mălina		
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei
						Conținut
						Felul disciplinei DD
						Obligativitate
						Opțională DOB

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore pe semestru – forma ID /	56	din care: 3.5. AI	28	3.6. AT + TC / AA / ST + SF / L / P	28
<b>3.5. Distribuția fondului de timp</b>					<b>ore</b>
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					8
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					4
3.5.4. Tutoriat					-
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități [comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină / tutorele]					-
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>					19
<b>3.8. Total ore pe semestru</b>					75
<b>3.9. Numărul de credite</b>					3

**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	- pentru susținerea cursului: slide-uri, materiale informative - pentru studenți: suport de curs în format editat - echipamente tehnice: laptop, videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	- pentru susținerea seminarului: materiale informative - echipamente tehnice: laptop, videoproiector

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională
Competențe transversale	-

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacității studentului de a utiliza concetele specifice de merchandising în practica economică.
7.2. Obiectivele specifice	Asigurarea unui volum minim de cunoștințe studenților în domeniul merchandisingului: spațiul de vânzări, oferta de produse, comunicarea la locul de vânzare; formarea gândirii de marketing; însușirea sistemelor, metodelor și tehnicilor specifice merchandisingului.

## 8. Conținuturi

8.1. AI	Metode de predare	Observații
<b>Ce este merchandisingul.</b> Demersul de merchandising. Merchandisingul și trade marketingul	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Bazele de date.</b> Benchmarkingul. Stabilirea punctelor de vânzare. Auditul punctelor de vânzare. Evaluarea clienților. Datele cantitative. Observarea punctelor de vânzare	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Conceperea unui punct de vânzare.</b> Analiza suprafeței de vânzare. Determinarea și gestionarea fluxurilor de clienți.	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Merchandise designul.</b> Realizarea unui concept comercial. Instalarea unui proces de merchandise design	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Definirea domeniilor.</b> Stabilirea unei categorii de produse. Gruparea familiilor de produse	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Alocarea suprafeței și rafturilor pe categorii.</b> Abordarea metodologică. Analize prealabile. Curbele de alocare a spațiului. Ajustările cantitative. Factorii calitativi de ajustare	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Construirea și analiza sortimentelor.</b> Integrarea aspectului de marketing al sortimentelor. Segmentarea pieței. Construirea sortimentului. Analiza și optimizarea sortimentelor	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Construirea și analiza sortimentelor.</b> Analiza și optimizarea sortimentelor	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Stabilirea facingurilor produselor</b> Detectarea anomaliilor pe un raft. Evaluarea scăderii cifrei de afaceri produsă de o ruptură. Folosirea programelor informatizate de merchandising	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Aranjarea produselor pe raft</b> Reguli fundamentale. Rolul raftului. Aplicarea e-merchandisingului	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Comunicarea la locul de vânzare</b>	Studiu individual după cursul ID și alte	7,14 %AI

Exteriorul magazinului. Signaletica eficientă. Comunicarea promoțională și publicitară	materiale bibliografice recomandate	
<b>Merchandisingul operațional</b> Repartizarea rafturilor pe familii de produse. Stabilirea organizării rafturilor. Merchandisingul firmei.	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Merchandisingul operațional</b> Dosarul de merchandising.	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,14 %AI
<b>Formarea profesională</b>	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	7,18 %AI
<b>Bibliografie:</b> Dârja Mălina, Merchandising, suport de curs ID (disponibil și pe platforma Moodle), 2025 MOUTON, Dominique; PARIS, Gauderique, PRACTICA MERCHANDISINGULUI: Spatiul de vanzari. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vanzare, Iasi:POLIROM,2009 DAYAN, Armand; TROADEC, Annie I Loic, EL MERCHANDISING, BARCELONA, TIBIDABO EDICIONS,1991		
<b>8.2. AT</b> [temele dezbătute în cadrul tutorialelor, conform calendarului disciplinei]	<b>Metode de predare-învățare</b>	<b>Observații</b>
<b>AT1.</b> Demersul de merchandising. Evaluarea prezenței și pertinentei informațiilor despre clienți. Mobile specifice. Produsele chibzuite. Produsele obligatorii. Produsele cumpărate din impuls. Alte categorii de produse. Realizarea unui concept comercial. IVS = Idei, Vise, Soluții. Strategia de lider. Construirea sortimentelor.	Discuții, exemple, teme de control/activități propuse	4 ore la întâlnirile tutoriale
<b>AT2.</b> . Evaluarea rentabilității legate de performanța produselor. Aplicarea merchandisingului la catalogul de produse. Comunicarea la locul de vânzare. Analiza structurii ofertei. Dosarul de merchandising pentru o firmă. Analiza identității vizuale a magazinului	Discuții, exemple, teme de control/activități propuse	4 ore la întâlnirile tutoriale
<b>Bibliografie:</b> Dârja Mălina, Merchandising, suport de curs ID (disponibil și pe platforma Moodle), 2025 MOUTON, Dominique; PARIS, Gauderique, PRACTICA MERCHANDISINGULUI: Spatiul de vanzari. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vanzare, Iasi:POLIROM,2009 DAYAN, Armand; TROADEC, Annie I Loic, EL MERCHANDISING, BARCELONA, TIBIDABO EDICIONS,1991		
<b>8.3. TC</b>	<b>Metode de transmitere a informației</b>	<b>Observații</b>
<b>TC1.</b> Teme de control aferente Modulului 1-3	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore
<b>TC2.</b> Teme de control aferente Modulului 4-7	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore
<b>TC 3.</b> Teme de control aferente Modulului 8-10	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore
<b>TC 4.</b> Teme de control aferente Modulului 11-14	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore
<b>Bibliografie:</b> Dârja Mălina, Merchandising, suport de curs ID (disponibil și pe platforma Moodle), 2025 MOUTON, Dominique; PARIS, Gauderique, PRACTICA MERCHANDISINGULUI: Spatiul de vanzari. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vanzare, Iasi:POLIROM,2009		

DAYAN, Armand; TROADEC, Annie I Loic, EL MERCHANDISING, BARCELONA, TIBIDABO EDICIONS,1991		
<b>8.4. AA / L / P</b>	Metode de predare- învățare	Observații
-	-	-

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

Conținutul prezentei fișe și implicit al cursului este rezultatul consultării informațiilor legate de cerințele mediului de afaceri, cerințe despre care am luat la cunoștință din întâlnirile cu reprezentanții mediului de afaceri în cadrul comisiilor CEAC pentru programele de studiu ale Facultății de Științe Economice. Caracterul pragmatic al disciplinei, rezultat din operaționalizarea principalelor activități specifice organizațiilor este în acord cu cerințele comunității economice contemporane..

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
<b>10.4. AI (curs)</b>	- evaluarea cunoștințelor acumulate	Examen scris	70%
<b>10.5. TC / AA / ST / L / P</b>	- corectitudinea temelor încărcate pe platforma Moodle	Teme de control din suportul de curs	30%
<b>10.6. Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- să aibă complet portofoliul de lucrări practice</li> <li>- să definească principalii termeni utilizați în merchandising</li> <li>- să identifice și să descrie corect modul în care se realizează alocarea suprafeței și rafturilor pe categorii</li> <li>- să identifice și să descrie corect modul în care se realizează construirea și analiza sortimentelor</li> <li>- să identifice și să descrie corect modul în care se realizează aranjarea produselor pe raft</li> </ul>			

Coordonator de disciplină  
Lect.univ.dr. Dârja Mălina

Tutore de disciplină  
Lect.univ.dr. Dârja Mălina

Data  
23.09.2025

Responsabil specializare ECTS ID,  
Lect.univ.dr. Dârja Mălina