

Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți
Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra de științe economice

CURRICULUM UNIVERSITAR
la unitatea de curs

„ACHIZIȚII”

Ciclul I, studii superioare de licență

Codul și denumirea domeniului general de studiu: 52 Inginerie și activități ingineresti

Codul și denumirea specialității: 521.8 Inginerie și management (în transportul auto)

Forma de învățământ: cu frecvență

Autor:

lector univ., dr. Victoria POSTOLACHE

(titlu didactic, titlu științific Prenume NUME)


(semnătura)

BĂLȚI, 2017

Discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe economice

Procesul-verbal nr. 12 din 15.02.2017

Șeful Catedrei de științe economice

TCACI
(semnătura)

conf. univ., dr. Carolina TCACI
(titlu didactic, titlu științific Prenume NUME)

Discutat și aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului,
procesul-verbal nr. 12 din 16.05.2017

Decanul Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului

CIOBANU
(semnătura)

conf. univ., dr. Ina CIOBANU
(titlu didactic, titlu științific Prenume NUME)



Informații de identificare a cursului

Facultatea: Științe Reale, Economice și ale Mediului

Catedra: Științe Economice

Domeniul general de studiu: 52 Inginerie și activități ingineresti

Domeniul de formare profesională la ciclul I: 521 Inginerie și tehnologii industriale

Denumirea specialității: 521.8 Inginerie și management (în transportul auto)

Administrarea unității de curs

Denumirea specialității	Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor			Forma de evaluare	Limba de predare
				Prelegeri	Seminare	Activități individuale		
Inginerie și management (în transportul auto)	M.06.A.050	4	120	30	30	60	Examen oral	română

Statutul: disciplină orientată spre masterat la alegere

Informații referitoare la cadrul didactic

Titularul cursului – Postolache Victoria, doctor în științe economice, lector universitar, a absolvit Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, specialitatea „Contabilitate și audit”. E-mail: vic.postolache@yahoo.com

Orele de consultații: joi, 14.50 – 16.20

Integrarea cursului în programul de studii: Unitatea de curs „Achiziții” se axează pe cunoașterea și înțelegerea importanței achizițiilor pentru întreprindere. Achizițiile au devenit o parte integrantă a performanței corporative și atrag o atenție sporită din partea conducerii companiei.

Studierea acestui curs se bazează pe cunoștințele acumulate de la unitățile de curs „Bazele teoriei economice” și „Analiza costului și a devizului de cheltuieli”, permițând utilizarea categoriilor economico-financiare în viața cotidiană. Menținerea unei flexibilități ridicate în ofertă la schimbarea cererilor, reducerea costurilor operaționale, menținerea satisfacției clienților dar și a marjelor operaționale – sunt posibile doar prin soluții software avansate care să automatizeze procesul de achiziție, să gestioneze corect contractele cu furnizorii, să ofere analize detaliate despre costurile de achiziție, să eficientizeze achizițiile operaționale și gestiunea volumelor mari de facturi.

Scopul unității de curs „Achiziții” constă în aprofundarea cunoștințelor necesare înțelegerii mecanismelor și proceselor specifice activității achizițiilor desfășurate în cadrul entităților economice.

Competențe prealabile:

- cunoașterea conceptelor cheie și a teoriilor din domeniul economiei, economiei întreprinderii și logisticii;
- descrierea principiilor aplicate în procedura de achiziție la entitățile economice;
- cunoașterea noțiunilor fundamentale din unitățile de curs „Bazele teoriei economice” și „Managementul producerii”;
- evidențierea rolului compartimentului de achiziții în cadrul entităților economice.

Competențe dezvoltate în cadrul cursului:

- cunoașterea noțiunilor fundamentale ale achizițiilor;
- înțelegerea sistematică a cunoștințelor despre lanțul logistic de achiziții;
- cunoașterea arhitecturii sistemului de management al performanței în departamentul de Achiziții - Logistică – analiza componentelor sistemului și corelațiilor dintre acestea;
- identificarea modalităților de a planifica, de a calcula fluxurile diferite și de a lucra strategic;
- identificarea tipurilor de contracte în cadrul achizițiilor.

Finalitățile cursului:

- să analizeze particularitățile achizițiilor în diferite domenii;
- să evalueze activitatea întreprinderii în domeniul achizițiilor;
- să propună noi căi de achiziție pentru întreprindere;
- să aplice metode moderne în gestiunea stocurilor în domeniul achizițiilor.

Conținuturi

Tematica	Prelegeri	Seminare	Activitatea independentă
1	2	3	4
Tema 1. Apariția și importanța achizițiilor pentru entitatea economică 1.1. Evoluția istorică a funcțiunii de achiziție. 1.2. Definirea și scopul achizițiilor. 1.3. Obiectivele achizițiilor. 1.4. Etapele procesului de achiziție. 1.5. Tipologia achizițiilor. 1.6. Principiile achizițiilor.	4	4	6
Tema 2. Integrarea activității de achiziții în cadrul funcțiunilor întreprinderii 2.1. Atribuțiile compartimentului de achiziții. 2.2. Sisteme de organizare a compartimentului de achiziții. 2.3. Legăturile funcției de achiziții cu alte funcțiuni ale întreprinderii. 2.4. Mixul de marketing în achiziții.	2	2	6
Tema 3. Esența și importanța contractelor de achiziție 3.1. Definirea, conținutul și clasificarea contractelor de achiziție. 3.2. Clauzele INCOTERMS. 3.3. Elementele contractului de achiziție. 3.4. Conceptul de preț și cost în contractul de achiziții. 3.5. Contractul de fabricație în OEM (Original Equipment Manufacturer). 3.6. Caracterizarea etapelor în procesul de negociere a achiziției. 3.7. Alegerea strategiei de negociere.	4	4	6
Tema 4. Gestiunea resurselor materiale în achiziții 4.1. Structura materială a planului și a programelor de achiziție a le entităților economice. 4.2. Indicatorii planului de achiziție. 4.3. Sistemul Planificării Cererilor de Materiale – MRP. 4.4. Modele de gestiune a stocurilor. 4.5. Bilanțul de materiale.	4	4	6
Tema 5. Costul total de achiziție 5.1. Tipologia costurilor în achiziții. 5.2. Factorii de influență asupra costurilor în achiziții. 5.3. Metode de reducere a costurilor de achiziție.	2	2	4
Tema 6. Analiza ofertei și certificarea furnizorilor 6.1. Elaborarea cererii de ofertă și caracteristica generală a pieței de furnizare. 6.2. Analiza pieței de furnizare, evaluarea și selecția furnizorilor. 6.3. Elaborarea strategiei în achizițiile materiale.	4	4	8
Tema 7. Subcontractarea în achiziții 7.1. Criterii care influențează decizia în subcontractare 7.2. Matricea Risc/Profit a portofoliului de achiziții 7.3. Avantajele și dezavantajele subcontractării	1	1	6
Tema 8. Strategii posibile în achiziții 8.1. Analiza riscurilor. 8.2. Segmentarea portofoliului de achiziții. 8.3. Segmentarea încrucișată și strategii de achiziție. 8.4. Variabile asupra cărora se poate acționa în strategia de achiziție. 8.5. Noi relații client-furnizor și parteneriat. 8.6. Parteneriatul strategic în achiziții. 8.7. Efectele pozitive ale fuziunilor și achizițiilor.	4	4	6

1	2	3	4
Tema 9. Achizițiile electronice 9.1. Relații Business to Consumer. 9.2. Relații Business to Business. 9.3. Achizițiile și vânzările electronice. 9.4. Concepte de baza în achizițiile electronice. 9.5. Participarea la licitațiile electronice.	4	4	6
Tema 10. Achiziții internaționale 10.1. Particularități ale achizițiilor internaționale. 10.2. Riscuri și avantaje asociate achizițiilor internaționale. 10.3. Etapele auditului activității de achiziție.	1	1	6
Total	30	30	60

Activități de lucru individual:

- studierea literaturii suplimentare la curs;
- pregătirea unui proiect de cercetare;
- caracterizarea relațiilor dintre achiziții și logistica întreprinderii.

Activitatea individuală este o componentă obligatorie în cadrul procesului de instruire. În cadrul acestei unități de curs, studenților li se va propune o temă la alegere de cercetare.

Notă

1. Proiectele de cercetare nu se prezintă prin e-mail decât la solicitarea cadrului didactic titular de seminar;

2. În cazul în care proiectul nu poate fi prezentat la data stabilită, studentul va anunța, în prealabil, cadrul didactic titular de seminar asupra acestei situații, fapt care nu va atrage reducerea notei acordate.

Evaluare

Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar. Totodată, studenții, obligatoriu, vor fi supuși la o probă de evaluare curentă și la executarea însărcinărilor individuale. Însărcinările individuale se pregătesc de către toți studenții pentru lecțiile care corespund tematicii respectivelor însărcinări. Aprecierea însărcinărilor individuale se efectuează prin verificarea sintezelor materialului studiat individual, inițierea discuțiilor de grup cu studenții pe tematica studiului individual, interogarea studenților, simularea unor situații practice, verificarea studiilor de caz individuale ale studenților, etc. Notele obținute pentru proba de evaluare curentă și pentru activitatea individuală au statut de note ordinare. Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la unitatea de curs respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen oral. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4,$$

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Subiectele pentru evaluarea finală

1. Evoluția istorică a funcțiunii de achiziție.
2. Definierea și scopul achizițiilor.
3. Obiectivele achizițiilor.
4. Etapele procesului de achiziție.
5. Tipologia achizițiilor.
6. Principiile achizițiilor.
7. Mix-ul de marketing în achiziții.
8. Structura materială a planului și a programelor de achiziție a le entităților economice.
9. Indicatorii planului de achiziție.

10. Sistemul Planificării Cererilor de Materiale – MRP.
11. Definirea, conținutul și clasificarea contractelor de achiziție.
12. Clauzele INCOTERMS.
13. Elementele contractului de achiziție.
14. Conceptul de preț și cost în contractul de achiziții.
15. Contractul de fabricație în OEM (Original Equipment Manufacturer).
16. Caracterizarea etapelor în procesul de negociere a achiziției.
17. Alegerea strategiei de negociere.
18. Atribuțiile compartimentului de achiziții.
19. Sisteme de organizare a compartimentului de achiziții.
20. Legăturile funcției de achiziții cu alte funcțiuni ale întreprinderii.
21. Modele de gestiune a stocurilor.
22. Tipologia costurilor în achiziții.
23. Factorii de influență asupra costurilor în achiziții.
24. Metode de reducere a costurilor de achiziție.
25. Noi relații client-furnizor și parteneriat.
26. Relații Business to Consumer.
27. Relații Business to Business.
28. Achizițiile și vânzările electronice.
29. Concepte de baza în achizițiile electronice.
30. Participarea la licitațiile electronice
31. Particularități ale achizițiilor internaționale.
32. Riscuri și avantaje asociate achizițiilor internaționale.

Resurse informaționale ale cursului obligatorii

1. Legea privind achizițiile publice nr. 131 din 03.07.2015. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2015, nr. 197-205 din 31.07.2015
2. BAILY, P.; FARMER, D. *Principiile și managementul achizițiilor*. București: Editura ARC, 2004, 125 p.
3. EPURE, D. T. *Managementul achizițiilor: o abordare strategică*. București: Ovidius University Press, 2013, 124 p.
4. ROMAN, T. *Achiziții: suport de curs*. Iași: Universitatea „Al. I. Cuza”, 2011, 153 p.

recomandate

1. BĂLAN, C. *Logistica: parte integrantă a lanțului de aprovizionare – livrare*. București: Editura Uranus, 2006, 155 p.
2. BĂȘANU, Gh.; PRICOP, M. *Managementul aprovizionării și desfacerii*, ediția a –IV- a, București: Editura Economica, 2012, 455 p.
3. CARAIANI, Gh.; MIHEI, A.; GEARÂP, T. *Condiția de livrare în tranzacțiile internaționale*, București: Editura Lumina Lex, 2001, p. 37
4. CARAIANI, Gh. *Logistica transporturilor*. București: Editura Universitară, 2008, 165 p.
5. CÂRSTEA, Gh. *Asigurarea și gestiunea resurselor materiale. Marketingul aprovizionării*. București: Ed. Economică, 2000, 189 p.
5. DUMITRU, M. *Managementul logisticii. Elemente teoretice și practice*. Craiova: Editura SITECH, 2005, 115 p.
6. MINCULETE, Gh. *Marketingul achizițiilor: elemente de marketing*, București: Editura Universității Naționale de Apărare, 2005, 204 p.
7. SCRIOȘTEANU, A. *Managementul aprovizionării: metodologie, studii de caz, teste grilă*, Craiova: Editura Universitaria, 2006, 195 p.