

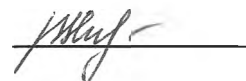
**Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți**  
**Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului**  
**Catedra de științe economice**

**CURRICULUM UNIVERSITAR**  
la unitatea de curs

**„LOGISTICA FIRMEI TURISTICE”**

**Ciclul I, studii superioare de licență**  
**Codul și denumirea domeniului general de studiu: 36 științe economice**  
**Codul și denumirea specialității: 812.1 Turism**  
**Forma de învățământ: cu frecvență**

**Autor:**  
**Rodica SLUTU, lector univ.**



**BĂLȚI, 2017**

Discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe economice

Procesul-verbal nr.9 din 12.12.2016

Șeful Catedrei de științe economice

*C. Tac*

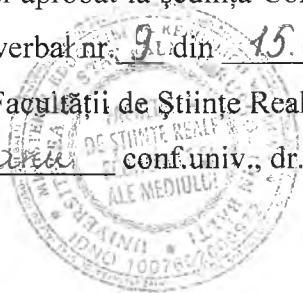
conf.univ.,dr. Carolina TCACI

Discutat și aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului,  
procesul-verbal nr. 9 din 15.02.2017

Decanul Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului

*Ciobanu*

conf.univ., dr. Ina CIOBANU



## INFORMAȚII DE IDENTIFICARE A CURSULUI

Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului  
Catedra de științe economice  
Domeniul general de studiu: 36. Științe economice  
Domeniul de formare profesională la ciclul I  
Denumirea specialității: 812.1 „Turism”

Administrarea unității de curs:

Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor				Forma de evaluare	Limba de predare
			Prel.	Sem.	Lab.	l.ndiv.		
S.05.A.138	5	150	30	15	30	75	Examen	Română

Statutul: disciplină fundamentală

### INFORMAȚII REFERITOARE LA CADRUL DIDACTIC:

1. Slutu Rodica, lector universitar, Catedra științe economice, ziua de consultații miercuri, orele 12.40, biroul 526, blocul de studii nr.5, e-mail: rodikabogdan@rambler.ru

### INTEGRAREA CURSULUI LA ÎN PROGRAMUL DE STUDII:

Prezentul curriculum este întocmit în conformitate cu planul de studii, care prevede studierea cursului „Logistica firmei turistice” în anul III, semestrul 5. Unitatea de curs „Logistica firmei turistice” este unul din principalii piloni ai formării specialiștilor în domeniul turismului. Studierea unității de curs „Logistica firmei turistice” constituie o bază teoretică pentru activitățile studenților pe parcursul instruirii lor la ciclul I, este prevăzută căpătarea abilităților practice pentru activitatea de mișcare a mărfurilor pe piață, devenind un instrument de sporire a competitivității și de poziționare pe piață.

Schimbarea paradigmelor în aria logistică este, în mare măsură, rezultatul mutațiilor care au avut loc în domeniul managementului și marketingului, în ultimele decenii. Organizațiile au depășit pragul pentru a intra într-o lume a interdependențelor. Dezvoltarea relațiilor între membrii canalelor de marketing a condus la crearea rețelelor de firme, la promovarea conceptelor de lanț de aprovizionare-livrare și parteneriat. Focalizarea asupra nevoilor și așteptărilor pieței țintă a adus în prim plan importanța majoră a nivelului serviciului logistic oferit clientului.

Obiectul de studiu al unității de curs „Logistica firmei turistice” reprezintă o totalitate de metode, funcții, principii, care formează mișcare și plasarea mărfurilor pe piață.

### COMPETENȚE PREALABILE

Studenții trebuie să posede abilități de analiză a mediului întreprinderii, piață, să aprecieze importanța clienților pentru firme, capacități și competențe dezvoltate în cadrul disciplinelor de „Management”, „Marketing”, „Managementul aprovizionării și desfacerii”.

### COMPETENȚE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI

În cadrul unității de curs „Logistica firmei turistice” se vor forma și dezvolta următoarele competențe de bază:

- CP2.1. Identificarea și utilizarea conceptelor, principiilor, teoriilor specifice sistemului de aprovizionare și desfacere;
- CP2.2. Explicarea și interpretarea modelelor folosite pentru determinarea căilor de eficientizare a transportului în logistica firmei turistice;
- CP4.2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea componentelor mixului logistic;

- CP6.3. Aplicarea principiilor și metodelor pentru aplicarea și interpretarea datelor din cadrul sistemului logistic al firmei turistice;
- CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.

### FINALITĂȚILE CURSULUI

La finalizarea studierii disciplinei studentul va fi capabil:

- 1) să se familiarizeze cu conceptele de bază cu privire la aprovizionare, cumpărare, depozitare, transport, stocare a mărfurilor, produse finite, calitatea mărfurilor, metode de determinare a calității;
- 2) să analizeze fluxurile din cadrul lanțului logistic, relațiile dintre logistică și mixul de marketing;
- 3) să realizeze un studiu asupra măsurării nivelului de servire a clienților întreprinderii, modalităților de organizare a transportului în interiorul întreprinderii cât și în exterior;
- 4) să-și formeze deprinderi de planificare a stocurilor atât în condiții de certitudine cât și incertitudine, de calculare a costurilor în transport;
- 5) să-și formeze abilități de organizare a activităților logistice în cadrul întreprinderilor.

### CONȚINUTURI

Tematica	ore			
	Frecvență redusă			
	P	S	L	Lucr.ind.
Tema 1. Conținutul și componentele logisticii firmei turistice 1.1. Evoluția istorică a logisticii. Definierea logisticii. 1.2. Factorii motori ai evoluției logistice. 1.3. Definierea conceptelor de distribuție fizică și logistică 1.4. Logistica integrată și lanțul de aprovizionare – livrare. 1.5. Mixul activității logistice. 1.5.1. Activități de bază și activități de susținere. 1.5.2. Sistemul logistic integrat.	4	2	4	8
Tema 2. Relațiile dintre logistică firmei turistice și marketing 2.1. Evoluția istorică a relațiilor dintre logistică și marketing. 2.2. Interfața dintre logistică și marketing. 2.3. Relațiile dintre logistică și mixul de marketing. 2.3.1. Relațiile dintre logistică și produs. 2.3.2. Relațiile dintre logistică și preț. 2.3.3. Relațiile dintre logistică și plasament. 2.3.4. Relațiile dintre logistică și promovare.	4	2	4	8
Tema 3. Servirea clienților în turism 3.1. Coordonate conceptuale ale servirii clienților. 3.1.1. Conceptul de servire a clienților. 3.1.2. Componentele servirii clienților.	4	2	4	11

3.1.3. Măsurarea nivelului de servire. 3.2. Componentele majore ale servirii clienților. 3.2.1. Disponibilitatea produselor în stoc. 3.2.2. Durata ciclului comenzii. 3.2.3. Retragerea produselor de pe piață. 3.3. Importanța servirii clienților. 3.4. Strategia de servire logistică a clienților				
Tema 4. Cumpărarea mărfurilor în turism 4.1. Abordarea modernă a cumpărării. Conceptul de cumpărare. Obiectivele cumpărării. 4.2. Sursele de cumpărare. 4.2.1. Cumpărarea și realizarea cu forțele proprii. 4.2.2. Decizii strategice referitoare la sursele de cumpărare. 4.2.3. Relațiile dintre cumpărător și vânzător.	4	2	4	11
Tema 5. Transportul în turism 5.1. Importanța economic a transportului. 5.2. Elemente de economie a transporturilor. 5.2.1. Cererea de transport. 5.2.2. Structura costurilor de transport. 5.2.3. Strategiile de preț. 5.3. Modurile de transport. 5.4. Decizii referitoare la transportul de mărfuri.	4	2	4	8
Tema 6. Stocurile de mărfuri 6.1. Stocurile în sistemul logistic. 6.2. Planificarea stocurilor. 6.3. Controlul stocurilor.	2	2	2	8
Tema 7. Depozitarea mărfurilor 7.1. Evoluția conceptului de depozitare. 7.2. Rolul și funcțiile depozitelor. 7.3. Tipologia depozitelor. 7.4. Amplasarea depozitelor. 7.5. Aranjarea mărfurilor în deposit.	4	2	4	10
Tema 8. Organizarea activităților logistice în turism 8.1. Evoluția structurilor organizatorice. 8.2. Mutații în organizarea logistică. 8.3. Restructurare și reengineering.	4	1	4	11
Total	30	15	30	75

### ACTIVITĂȚI DE LUCRU INDIVIDUAL

În cadrul activității de lucru individual, studenților li se va propune studierea literaturii suplimentare la curs, rezolvarea aplicațiilor practice atât în grup, cât și individual, și pregătirea unui proiect de cercetare la temele propuse:

1. Logistica ca factor de sporire a competitivității firmei turistice.
2. Pregătirea cadrelor în domeniul activității logistice și dezvoltarea serviciilor logistice.
3. Repartizarea funcțiilor de bază între participanții lanțului logistic în domeniul turismului.
4. Particularitățile interfeței mixului de marketing în turism și mixului logistic.
5. Mixul activităților logistice în turism.

6. Evoluția istorică a relațiilor dintre logistică și marketing.
7. Relațiile dintre logistică și mixul de marketing.
8. Abordarea modernă a cumpărării în logistică.
9. Fluxurile serviciilor logistice și estimarea calității acestora.
10. Riscurile și metodele de asigurare a reducerii acestora în sistemele logistice
11. Importanța economică a transportului în logistică.
12. Baza metodologică și științifică a logisticii.
13. Caracteristicile modurilor de transport. Analiza comparativă a modurilor de transport.
14. Evaluarea și selecția transporturilor în logistică.
15. Stocurile în sistemul logistic.
16. Planificarea stocurilor în condiții de certitudine.
17. Planificarea stocurilor în condiții de incertitudine.
18. Controlul continuu și controlul periodic al stocurilor.
19. Utilitatea depozitării. Tipologia depozitelor.
20. Rolul și funcțiile depozitelor.
21. Amplasarea depozitelor. Variante și metode de amplasare.
22. Metode de amplasare a unui singur depozit.
23. Metode de amplasare a mai multor depozite.
24. Aranjarea mărfurilor în depozit.
25. Rolul logisticii în competitivitatea pe plan internațional.
26. Caracteristica comparativă a abordărilor clasice și sistemice în formarea sistemelor logistice.
27. Interacțiunea logisticii de distribuție cu logica de achiziționare.
28. Conducerea cu factorul de timp în realizarea procesului logistic.
29. Perfecționarea procesului de organizare a mișcării mărfurilor în comerț prin utilizarea conceptului logistic.
30. Premisele și problemele dezvoltării logisticii în Republica Moldova.

Evaluarea lucrului individual.

1. Studentul prezintă pentru verificare referatul la tema corespunzătoare și este notat pentru fiecare referat.

2. Studentul prezintă public în programul power point referatul. Prezentarea referatului se face verbal și este nevoie să-l cunoască foarte bine. Se propune prezentarea conform planului propus de student în baza căruia a scris referatul. Pentru o prezentare simplă a informațiilor esențiale, studentul prezintă informația în doar 7-10 minute: scop, obiective, descrierea subiectului, resursele necesare, rezultatul așteptat. Studentul care nu va prezenta planul nu va fi admis la evaluarea finală.

## EVALUARE

Evaluarea studenților se realizează în corespundere cu Regulamentul-cadru privind evaluarea cunoștințelor studenților, obținute în procesul de formare și a rezultatelor academice ale studenților în Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, aprobat prin Hotărârea Senatului universitar, proces verbal nr. 3 din 23.11.2006. Însușirea cunoștințelor de către studenți se efectuează pe parcursul seminarelor. Evaluările se apreciază cu note și se realizează în conformitate cu materialele de evaluare (teste, sarcini practice) discutate la ședința catedrei și aprobate de șeful catedrei. Nota reușitei curente constă din prezentarea materialului studiat la seminar 20%, efectuarea și susținerea lucrărilor de laborator 20%, susținerea proiectului 20%. Evaluarea finală se efectuează la finele cursului prin examen în formă scrisă sau orală. Subiectele la examenul cursului „Bazele tehnologiei” sunt prezentate în continuare. 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. Rolul distribuției în societate. Conceptul de distribuție.
2. Funcțiile distribuției.
3. Structura canalelor de distribuție. Dimensiunile canalului de distribuție.
4. Tipuri de distribuitori și funcțiile lor. Alegerea canalului de distribuție.
5. Aspectele distribuției fizice în politica de distribuție.
6. Obiectivele distribuției fizice.
7. Alternative strategice cu privire la distribuție.
8. Conținutul logisticii firmei turistice.
9. Conexiunile logisticii cu marketingul.
10. Conexiunile logisticii cu producția.
11. Rolul logisticii în competitivitatea pe plan internațional.
12. Principalele stadii ale evoluției organizării logistice.
13. Evoluția istorică a relațiilor dintre logistică și marketing.
14. Relațiile dintre logistică și produs.
15. Relațiile dintre logistică și preț.
16. Relațiile dintre logistică și distribuție.
17. Relațiile dintre logistică și promovare.
18. Căi de raționalizare a costului transportului.
19. Esența și particularitățile transportului în distribuția fizică.
20. Transportul auto sau rutier în sistemul logistic.
21. Transportul feroviar în sistemul logistic.
22. Transportul naval în sistemul logistic.
23. Transportul aerian în sistemul logistic.
24. Transporturile speciale în sistemul logistic.
25. Tehnologii moderne de transport.
26. Evoluția și rolul depozitelor.
27. Funcțiile depozitelor.
28. Principalele tipuri de depozite.
29. Particularitățile depozitelor private, publice și contractuale.
30. Variante și metode de amplasare a depozitelor.
31. Aranjarea mărfurilor în depozit.
32. Rolul stocurilor în sistemul logistic.
33. Tipuri de stocuri.
34. Factorii care influențează nivelul, dinamica și structura stocurilor de mărfuri.
35. Controlul stocurilor de mărfuri.
36. Conceptul de aprovizionare.
37. Organizarea structurală a conducerii aprovizionării.
38. Sistemul de relații pentru aprovizionarea materială.
39. Formele de aprovizionare materială și cu echipamente tehnice.
40. Caracterizarea furnizorilor prin facilitățile oferite cumpărătorilor.
41. Concretizarea relațiilor economice de aprovizionare – contractul comercial de aprovizionare.
42. Locul serviciilor comerciale în cadrul comerțului contemporan.
43. Tipologia serviciilor comerciale și implicațiile ei asupra strategiilor de distribuție
44. Stabilirea strategiilor de servire a clienților.
45. Evoluția structurilor organizatorice în sistemul logistic.
46. Schimbări în organizarea logistică a firmelor turistice.

**Model de sarcini pentru evaluarea finală la disciplina  
„Logistica firmei turistice”, ciclul I, licență**

Test

**Disciplina** Logistica firmei turistice  
**Specialitatea** Turism, anul III, studii cu frecvență

În itimii 1-6 alegeți variantele corecte.

**1. Canalul de distribuție și canalul de marketing sunt două noțiuni: (3p)**

- a) similare;
- b) identice;
- c) opuse;
- d) canalul de marketing include și activități nespecifice canalului de distribuție.

**2. Gama de servicii funcționale prezente în procesul de distribuție cuprinde: (3p)**

- a) depozitarea;
- b) servicii financiare;
- c) servicii de asigurări;
- d) schimbul electronic de date.

**3. Sistemul logistic este compus din: (3p)**

- a) ansamblul operațiunilor de vânzare-cumpărare aferente unui anumit produs;
- b) ansamblul de activități ocazionale de transferul produselor între diversele niveluri ale canalelor de marketing, precum și din infrastructura necesară desfășurării acestei activități;
- c) traseul pe care îl parcurg produsele pînă la consumator, inclusiv totalitatea acțiunilor promoționale desfășurate de membrii rețelei cu scopul stimulării cererii;
- d) aparatul tehnic (rețea de unități, dotare tehnică, personal necesar realizării distribuției produselor).

**4. Transportul în logistică presupune următoarele activități : (3p)**

- a) stabilirea necesităților de aprovizionare;
- b) alegerea celor mai adecvate modalități de transport;
- c) stabilirea rutelor de transport;
- d) evaluarea periodică a performanțelor furnizorilor.

**5. Alegerea mijlocului de transport în logistică îndeplinește o serie de condiții: (3p)**

- a) regularitate;
- b) restricții de timp;
- c) capacitate de transport;
- d) mărimea comenzii;
- e) rapiditate;
- f) cost redus.

**6. Atribuțiile compartimentului de aprovizionare constau în: (3p)**

- a) culegerea, prelucrarea și analiza informațiilor;
- b) colaborarea cu compartimentele de cercetare – dezvoltare și producție;
- c) aprovizionarea prin tranzit organizat;
- d) creșterea gradului de certitudine în asigurarea micilor consumatori.

**Indicați dacă este adevărată sau falsă afirmația.**

7. Activitățile logistice de bază reprezintă operațiunile cheie, care se desfășoară în totalitatea canalelor de marketing: asigurarea standardelor de servicii pentru clienți, cumpărarea, transportul, gestiunea stocurilor, prelucrarea comenzilor. ( )2p

8. Cumpărarea internațională reprezintă varianta de cumpărare, care constă în achiziționarea unei cantități foarte mari de produse, care depășește necesarul curent sau cel previzibil al firmei, pentru a valorifica o oportunitate temporară de preț. ( )2p

**9. Rezolvați problema : (20p)**

**Elemente privind depozitarea în vrac și în rafturi a resurselor materiale  
și produselor agroalimentare**

Nr.cr.	Explicații	Simbol	U.M.	Valoarea temenului
A	<b>Pentru depozitarea în vrac</b>			
1.	Stocul maxim normat	S <sub>mn</sub>	tone	450
2.	Cantitatea depozitată pe m.p.	Q <sub>mp</sub>	Tone/m <sup>2</sup>	2
3.	Suprafața de recepție	S <sub>r</sub>	m <sup>2</sup>	35
4.	Suprafața de livrare	S <sub>l</sub>	m <sup>2</sup>	20
5.	Suprafața birourilor	S <sub>b</sub>	m <sup>2</sup>	10
6.	Suprafața culoarelor interioare	S <sub>cul</sub>	m <sup>2</sup>	25



7.	Suprafața sortare/calibrare	Ss	m <sup>2</sup>	30
8.	Suprafața construcții (stâlpi, lifturi)	Sc	m <sup>2</sup>	15
B	<b>Pentru depozitarea în rafturi</b>			
1.	Stocul maxim normat	S <sub>mn</sub>	tone	500
2.	Greutatea volumetrică	G <sub>v</sub>	t/m <sup>3</sup>	2
3.	Volumul unei despărțituri	V <sub>d</sub>	m <sup>3</sup>	1,875
4.	Coeficientul de umplere a unei	K <sub>u</sub>	%	90
5.	Numărul despărțiturilor dintr-un raft	N <sub>dr</sub>	Nr.	6
6.	Lungimea unui raft	L	m	5
7.	Lățimea unui raft	l	m	1,5
8.	Înălțimea rafturilor	l <sub>r</sub>	m	9
9.	Înălțimea depozitului	l <sub>d</sub>	m	12
10.	Suprafața auxiliară	S <sub>a</sub>	m <sup>2</sup>	90
11.	Suprafața sortare/calibrare	Ss	m <sup>2</sup>	30
12.	Suprafața construcții (stâlpi, lifturi)	Sc	m <sup>2</sup>	15

Se cere:

1. Determinarea suprafeței principale de depozitare în vrac, a suprafeței totale și a indicelui de utilizare a suprafeței totale.
2. Calcularea suprafeței principale, a suprafeței totale, a indicelui de utilizare a suprafeței totale și a indicelui de utilizare a volumului depozitului, pentru depozitarea în rafturi.

**Model de sarcini pentru evaluarea curentă la disciplina  
„Logistica firmei turistice”, ciclul I, licență**

**Varianta 1**

Numele \_\_\_\_\_ Prenumele \_\_\_\_\_ Gr. \_\_\_\_\_

1. Principalul obiectiv al aprovizionării în turism se concretizează în asigurarea completă, complexă și la timp a unității economice cu resursele materiale și echipamente tehnice corespunzătoare. Pentru realizarea acestui obiectiv se efectuează mai multe activități. Numiți-le:

---



---



---



---



---

2. Care este deosebirea dintre distribuția comercială și distribuția fizică a mărfurilor?

---



---



---

3. Care este rolul distribuției în turism?

---



---



---

4. Numiți funcțiile distribuției:

---



---

---

5. La nivel micro, importanța economică a transporturilor de mărfuri este determinată de următorii factori:

---

---

6. La nivel macroeconomic principalii factori care justifică importanța transporturilor de mărfuri sînt:

---

---

7. Numiți grupele de factori care influențează selecția transporturilor:

---

---

8. Numiți cele 10 principii ale activității logistice:

---

---

### RESURSE INFORMAȚIONALE ALE CURSULUI

#### a) obligatorii

1. BĂLĂȘESCU, M.; BĂLĂȘESCU, S. *Restructurarea activităților din domeniul distribuției bunurilor de consum final, în condițiile integrării României în Uniunea Europeană*. Chișinău: Editura Universitatea Tehnică a Moldovei, 2005.
2. BALAN, C. *Logistica*. București: Editura Uranus, 2004.
3. COSTEA, C. *Firma de comerț în economia de piață*. București: Editura Uranus, 2004.
4. GATTOMA, John L. (coord.) *Managementul logisticii și distribuției*. București: Editura Teora, 2001.

#### b) recomandate

1. KOTLER, Ph.; ARMSTRONG, G.; SAUNDERS, J.ș.a.. *Principiile marketingului*. București: Editura Teora, 1999.
2. LEFTER, C. (coord.), *Marketing*. vol.II . Brașov: Tipografia Univ. Transilvania, 2001.
3. RISTEA, A.L.; PURCAREA, Th.; TUDOSE, C., *Distribuția marfurilor*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006.
4. TURCOV, E.; PETROVICI, S.; PETROVICI, A. *Tehnologiile comerciale și logistica*. Chișinău: Editura ASEM, 2005.