

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Business
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Administrarea Afacerilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul vânzărilor						
2.2. Codul disciplinei	IMR0018						
2.3. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.4. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul disciplinei	Opțional

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					11
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					11
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					11
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități	Pregătire examen final				10
3.7. Total ore studiu individual					47
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					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	Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Conducerea unei subdivizii (a departamentului de vânzare) din cadrul unei companii Folosirea bazei de date cu clienții pentru fidelizarea acestora și pentru identificarea unor caracteristici comune a lor, cu scopul de a atrage clienți noi
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	<ul style="list-style-type: none"> însușirea de către studenți a conceptului de managementul vânzărilor și a tehnicilor de vânzare
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> însușirea modalităților și tehnicilor de identificare, prospectare și segmentare a clienților studiere modalităților de abordare și comunicare cu clienții, importanța comunicării verbale și non-verbale în relația cu clienții analiza obiecțiilor și a modului de întâmpinare a acestora însușirea unor tehnici de vânzare și aprofundarea aspectelor privind rolul și importanța forței de vânzare în cadrul companiilor

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Aspecte generale privind procesul de vânzare (vânzarea – componentă a funcției comerciale; diferența dintre vânzare și marketing; componentele activității de vânzare)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri
2	Clienții și procesul de cumpărare. Procesul de vânzare. Tipuri de vânzări	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri
3	Analiza mediului de afaceri: criteriile de analiză, componentele mediului firmei. Relațiile firmei cu mediul de afaceri. Analiza SWOT. Managementul prin obiective	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri
4	Strategii de atac. Tipologii de concurenți. Tipologia strategiilor de piață. Distribuția	Prezentare orală, multimedia	2 cursuri

		exemplificare	
5	Bugetele de vânzare. Forța de vânzare (definiție, rol, obiective, organizare și structura)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri
6	Vizita de vânzare. Optimizarea vizitelor de vânzări. Gestionarea timpului agentului de vânzare. Team building.	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri
7	Tipuri de vânzători. Evaluarea performanțelor vânzătorilor. Instruirea și recrutarea personalului forței de vânzări	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri
Bibliografie		<ol style="list-style-type: none"> 1. Futrell C. M., Principiile vânzărilor, Ed. Rosetti Educational, București, 2008 2. Carnegie D., Tehnici de a vinde, Ed. Curtea vechea, București, 2008 3. Korda P., „As în vânzări. Tehnici de a vinde”, Ed. Meteor Business, București, 2008 4. Jolles R. L., Customer Centered Selling: Sales Techniques for a New World Economy, Free Press, New York, 2009 5. Noonan C., Sales Management, Butterworth Heinemann, Oxford, 1998 	

8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți atât de la curs cât și de la seminar, responsabilitățile privind întreg semestrul		1. seminar
2	Importanța managementului vânzărilor, Mephisto products	Studii de caz	1 seminar
3	Procesul de cumpărare, Yee Wo Ltd	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar
4	Abordarea clientului: The lost computer sale, Quality Chilled Foods Ltd,	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar
5	Prezentarea de vânzare folosind tehnica SPIN, Prezentarea beneficiilor serviciului ca tehnică de abordare	Aplicații practice	1 seminar
6	Situații în care persoana de vânzări trebuie să gestioneze obiecții	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar
7	Cum să câștigi angajamentul unui client, importanța marketingului relațional	Aplicații practice	2 seminarii
8	Vânzarea personală , Gardnov Ltd	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar

9	Am atuurile necesare pentru a fi o persoană de vânzări? Aplicarea mai multor teste pentru a identifica acest lucru	Aplicații practice	2 seminarii
10	Calcularea numărului necesar de oameni de vânzări, calcularea cotei de reprezentant	Aplicații practice	3 seminarii
Bibliografie		<ol style="list-style-type: none"> 1. Futrell C. M., Principiile vânzărilor, Ed. Rosetti Educational, București, 2008 2. Carnegie D., Tehnici de a vinde, Ed. Curtea vechea, București, 2008 3. Korda P. – „As în vânzări. Tehnici de a vinde”, Ed. Meteor Business, București, 2008 4. Jolles R. L., Customer Centered Selling: Sales Techniques for a New World Economy, Free Press, New York, 2009 5. Noonan C., Sales Management, Butterworth Heinemann, Oxford, 1998 	

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

Temele abordate sunt similare celor abordate în alte centre universitare de prestigiu din țară și străinătate. În vederea adaptării conținuturilor disciplinei la cerințele pieței muncii au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate; • corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; • coerența logică în gândire. 	Examen final scris	60%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a rezolva studii de caz; • dobândirea unui limbaj de specialitate. • implicarea în activități de seminar 	Implicarea fiecărui student pe parcursul seminarului	40%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea noțiunilor fundamentale predate; • utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate. 			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar



Lector Dr. Cristina Fleșeriu

Lector Dr. Cristina Fleșeriu

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

