



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024-2025

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	Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul disciplinei	Optional

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					10
Pregătire examen final					
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"> C3 Capacitatea avansată de fundamentare și evaluare a strategiilor și a alternativelor decizionale, selectarea și implementarea acestora în administrarea afacerilor C4 Abilitatea de adaptare dinamică la schimbările intervenite în mediul de afaceri intern și internațional prin utilizarea pertinentă și nuanțată a informațiilor disponibile
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> CT1-Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie și independență profesională.

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 gestionării departamentului de vânzări
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> însușirea modalităților și tehnicilor de identificare, prospectare și segmentare a clienților studiere tipurilor de vânzări însușirea modului în care se stabilește gestionarea unui departament de vânzări (bugete de vânzare, stabilirea forței de vânzare, zone teritoriale, evaluarea oamenilor de vânzări etc.) însușirea etapelor de vânzare

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți, aspecte generale privind procesul de vânzare (vânzarea – componentă a funcției comerciale; diferența dintre vânzare și marketing; componentele activității de vânzare)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
2	Procesul de vânzare. Tipuri de vânzări	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
3	Sistemul de management în vânzări, bugetele de vânzare, forța de vânzare (definiție, rol, obiective, organizare și structura etc.)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
4	Determinarea zonei teritoriale, Etapele vânzării, tipuri de vânzători. evaluarea performanțelor vânzătorilor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
Bibliografie		1. Jolles R. L. (2009), Customer Centered Selling: Sales Techniques for a New World Economy, Free Press, New York	



	<ol style="list-style-type: none">Hase S. & Busch C. (2018), The quintessence of Sales: What you really need to know to be successful in sales, Springer, Berlin.Ingram T.N., LaForge R.W., Avila R.A., Schwepker Jr. C. H., Williams M.R. (2020), Sales Management: Analysis and decision making, 10-th edition, Routledge, New York.Jobber D. & Lancaster G. (2009), Selling and Sales Management, 8-th edition, Prentice Hall, London.
--	---

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, Importanța managementului vânzărilor	Studii de caz	1 seminar (2 ore)
2	Procesul de vânzare, Yee Wo Ltd, atuurile necesare pentru a fi o persoană de vânzări - teste pentru a identifica acest lucru	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (4 ore)
3	Calcularea numărului necesar de oameni de vânzări, calcularea cotei de reprezentant, Vânzarea personală , Gardnov Ltd	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (4 ore)
4	Abordarea clientului: The lost computer sale, Quality Chilled Foods Ltd, Prezentarea de vânzare folosind tehnica SPIN Situații în care persoana de vânzări trebuie să gestioneze obiecții	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (4 ore)
Bibliografie		<ol style="list-style-type: none">Jolles R. L. (2009), Customer Centered Selling: Sales Techniques for a New World Economy, Free Press, New YorkHase S. & Busch C. (2018), The quintessence of Sales: What you really need to know to be successful in sales, Springer, Berlin.Ingram T.N., LaForge R.W., Avila R.A., Schwepker Jr. C. H., Williams M.R. (2020), Sales Management: Analysis and decision making, 10-th edition, Routledge, New York.Jobber D. & Lancaster G. (2009), Selling and Sales Management, 8-th edition, Prentice Hall, London.	

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

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe;
- Pentru a se calcula nota finală însumând punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris.



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	Portofoliu cu activități (sincron și asincron - în timpul semestrului)	40% (20% sincron și 20% asincron)
10.6. În sesiunea de restanțe evaluarea rămâne la fel.			
10.7. 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

24.04.2024

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

22.05.2024

Conf. Dr. Marius Bota