



FIȘA DISCIPLINEI
Managementul vânzărilor
Anul universitar 2025-2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de Ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Administrarea Afacerilor /master
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență (IF)

2. Date despre disciplină

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

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/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					11
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					11
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					11
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					10
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					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



6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale/esențiale	- 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	CT1-Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie și independență profesională.

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul deține cunoștințe aprofundate cu privire la componentele micromediului și ale macromediului de marketing, precum și la implicațiile acestora. Studentul va ști cum să analizeze nevoile și așteptările clienților cu privire la un produs sau serviciu pentru a identifica și soluționa eventualele inconsecvențe și dezacorduri dintre părțile interesate.
Aptitudini	Absolventul demonstrează o capacitate avansată de identificare, analiză și de implementare a unor soluții de adaptare a firmei la elementele micromediului și ale macromediului de marketing. Studentul va fi capabil să colecteze date și statistici pentru a le testa și evalua, cu scopul de a genera afirmații și tipare de previziune, vizând identificarea unor informații utile în procesul de luare a deciziilor.
Responsabilități și autonomie	Studentul este capabil să execute sarcini profesionale complexe, în condiții de autonomie și de independență profesională. Studentul va putea colabora eficient cu personalul de conducere din alte departamente, asigurând servicii și o comunicare optimă în domenii precum vânzări, planificare, achiziții, comercializare, distribuție și aspecte tehnice.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către studenți a conceptului de managementul vânzărilor și a gestionării departamentului de vânzări
---------------------------------------	--



7.2 Obiectivele specifice	• 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
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)
Procesul de vânzare. Tipuri de vânzări	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
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)
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 2. Hase S. & Busch C. (2018), The quintessence of Sales: What you really need to know to be successful in sales, Springer, Berlin. 3. 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. 4. Jobber D. & Lancaster G. (2009), Selling and Sales Management, 8-th edition, Prentice Hall, London.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
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)
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)
Calcularea numărului necesar de oameni de vânzări, calcularea cotei de reprezentant, Vânzarea personală, Gardnov Ltd	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (4 ore)
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 1. Jolles R. L. (2009), Customer Centered Selling: Sales Techniques for a New World Economy, Free Press, New York 2. Hase S. & Busch C. (2018), The quintessence of Sales: What you really need to know to be successful in sales, Springer, Berlin.		



3. 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.
4. 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. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare.
- Pentru a putea cumula punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea notei minime 5 (cinci) în cadrul examenului final (scris/oral).

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate; • corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; • coerența logică în gândire.	Examen final scris – în presesiune	60%
10.5 Seminar/laborator	• capacitatea de a rezolva studii de caz; • dobândirea unui limbaj de specialitate. • implicarea în activități de seminar	Portofoliu cu activități - în timpul semestrului	40%
10.6 Standard minim de performanță			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate; • utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)¹

								
								

¹ Păstrați doar etichetele care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivesc disciplinei și ștergeți-le pe celelalte, inclusiv eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă - dacă nu se aplică. Dacă nicio etichetă nu descrie disciplina, ștergeți-le pe toate și scrieți "Nu se aplică".



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
BABEȘ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITÄT
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY
TRADITIO ET EXCELLENTIA

FACULTATEA DE
BUSINESS
IN PARTNERSHIP

Data completării:

23.03.2025

Semnătura titularului de curs

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Semnătura titularului de seminar

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Data avizării în departament:

10.04.2025

Semnătura directorului de departament

Conf. dr. Marius Bota