



FIȘA DISCIPLINEI
Managementul vânzărilor
Anul universitar 2026-2027

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	1	2.6. Tipul de evaluare	Colocviu
2.7. Regimul disciplinei	Opțională		2.8. Tipul disciplinei	Disciplină de specializare	

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 dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP3	Capacitatea avansată de fundamentare și evaluare a strategiilor și a alternativelor decizionale, selectarea și implementarea acestora în administrarea afacerilor
CP4	Abilitatea de adaptare dinamică la schimbările intervenite în mediul de afaceri intern și internațional prin utilizarea pertinentă și nuanțată a informațiilor disponibile
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT1	Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie și independență profesională.

6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

Rezultatele învățării vizate prin disciplină		
Codul competenței	Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)	Abilități academice specifice (Specific academic skills)
CP3 CP4 CT1	Studentul/Absolventul deține cunoștințe aprofundate privind: planificarea și organizarea resurselor umane, materiale și financiare; motivarea angajaților; controlul activităților desfășurate; managementul relațiilor cu clienții companiilor din diferite sectoare de activitate.	Studentul/Absolventul are o capacitate crescută de utilizare a tehnicilor și a instrumentelor complexe de analiză a mediului organizațional, pentru adaptarea firmei la cerințele și la provocările identificate; absolventul este capabil să analizeze contexte complexe și poate identifica, recomanda și implementa strategii, tehnici și metode avansate de rezolvare a problemelor conexe administrării afacerilor.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul/Absolventul explică conceptele, principiile și funcțiile managementului vânzărilor în cadrul activității comerciale a organizației
2. Studentul/Absolventul înțelege procesul de vânzare, diferitele tipuri de vânzări și rolul acestora în atingerea obiectivelor organizaționale.
3. Studentul/Absolventul descrie metodele de organizare, coordonare și evaluare a forței de vânzare, inclusiv sistemele de stabilire a obiectivelor și a bugetelor de vânzare.
4. Studentul/Absolventul înțelege tehnicile de comunicare și negociere utilizate în relația cu clienții, precum și modalitățile de gestionare a obiecțiilor și de dezvoltare a relațiilor pe termen lung cu aceștia.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/Absolventul aplică conceptele și instrumentele de management al vânzărilor pentru analiza și soluționarea problemelor specifice activității comerciale.
2. Studentul/Absolventul elaborează și evaluează strategii de vânzare prin utilizarea metodelor de planificare, organizare și control al activității forței de vânzare.
3. Studentul/Absolventul analizează performanța personalului de vânzări și formulează recomandări pentru îmbunătățirea eficienței procesului de vânzare.
4. Studentul/Absolventul utilizează tehnici profesionale de vânzare, prezentare și gestionare a obiecțiilor în contexte de afaceri complexe, pe baza studiilor de caz și a aplicațiilor practice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	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 - învățare	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. 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	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	• înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate; • corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; • coerența logică în gândire.	Examen final scris	60%
9.5 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%
9.6 Standard minim de promovare			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate; • utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.			

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

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							
☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☒	☐
								Nu se aplică nici o etichetă
☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☒	☐

Data completării:	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
22.05.26	Conf. Dr. Cristina Fleșeriu	Conf. Dr. Cristina Fleșeriu
Data avizării în departament:	Semnătura directorului de departament	
27.05.26	Conf. dr. Marius BOTA	

¹ Selectați o singură etichetă, cea care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivește cel mai bine disciplinei. Dacă disciplina tratează tema dezvoltării durabile la modul general (de ex. prin prezentarea/introducerea cadrului general al dezvoltării durabile etc.) atunci se poate alocă eticheta generală de Dezvoltare Durabilă. Dacă niciuna dintre etichete nu descrie disciplina, selectați ultima opțiune: „Nu se aplică nici o etichetă”.