



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	Antreprenoriat și inovare/Master
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență (IF)

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul vânzărilor			Codul disciplinei	IMR0094
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	1	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	Examen
2.7. Regimul disciplinei	Obligativu	2.8. Tipul disciplinei		Disciplină fundamentală (DF)	

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	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)					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					38
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					6
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				108	
3.8. Total ore pe semestru				150	
3.9. Numărul de credite				6	

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 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
CP27	Ia decizii bazate pe date
CP28	Identifică indicatori-cheie de performanță
CP43	Monitorizează comportamentul consumatorilor
CP44	Recomandă îmbunătățiri ale produselor
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT6	Gândește analitic
CT7	Muncește în echipă
CT8	Gândește critic

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)
CP27 CP28 CP43 CP44 CT6 CT7 CT8	Studentul/absolventul explică conceptele, strategiile și instrumentele de marketing, vânzări și cercetare de piață. Interpretează comportamentul consumatorului și dinamica pieței.	Studentul/absolventul aplică și analizează metode de cercetare de piață și strategii de marketing pentru poziționarea produselor și serviciilor. Elaborează strategii de produs și vânzări bazate pe date și nevoile clienților.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul/Absolventul cunoaște în detaliu structura sistemului de management în vânzări, rolurile forței de vânzare și diferențele strategice dintre activitățile comerciale și cele de marketing.
2. Studentul/Absolventul înțelege tehnicile de planificare teritorială, criteriile de alocare a resurselor pe piețele țintă și profilele specifice ale diverselor tipuri de vânzători.
3. Studentul/Absolventul asimilează procesele de bugetare, metodele de control și utilizarea sistemelor moderne de management al relațiilor cu clienții (CRM) pentru fidelizarea acestora
4. Studentul/Absolventul identifică indicatorii-cheie de performanță (KPIs) relevanți, impactul tehnologiilor digitale asupra vânzărilor și mecanismele de motivare a echipelor comerciale.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/Absolventul are abilitatea de a proiecta un buget complet de vânzări și de a stabili sisteme eficiente de control și evaluare a performanțelor comerciale bazate pe date.
2. Studentul/Absolventul deține capacitatea de a lucra în echipă pentru a elabora studii aplicative și strategii de alocare a resurselor teritoriale în cadrul unei organizații.
3. Studentul/Absolventul demonstrează o gândire analitică și critică în monitorizarea comportamentului consumatorilor și în fundamentarea deciziilor comerciale strategice pe termen lung.
4. Studentul/Absolventul are capacitatea de a integra instrumente digitale în managementul portofoliului de clienți și de a propune recomandări clare pentru îmbunătățirea procesului de vânzare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	Observații
Introducere în managementul vânzărilor (Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți, Definirea procesului de vânzare și diferențele dintre vânzare și marketing)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Procesul de vânzare și tipuri de vânzări (Etapete detaliate ale procesului de vânzare. Clasificarea și analiza tipurilor de vânzări)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
Sistemul de management în vânzări (Structura și organizarea forței de vânzare. Obiectivele și rolurile echipei de vânzări)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
Planificarea teritorială și strategii de alocare a resurselor (Determinarea zonelor teritoriale și evaluarea piețelor țintă Tipuri de vânzători și profiluri specifice)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
Bugetarea și controlul activității de vânzare (Bugetul de vânzări: definire, planificare și evaluare. Sisteme de control și măsurarea performanțelor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
Digitalizarea și tehnologiile în managementul vânzărilor (Impactul tehnologiilor digitale asupra procesului de vânzare. Utilizarea instrumentelor digitale)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Evaluarea performanței și strategii de motivare a echipei de vânzări (Tehnici de evaluare și instrumente de măsurare a performanței. Programe de motivare și recompense)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 cursuri (4 ore)
Managementul relațiilor cu clienții (CRM) și fidelizarea clienților (Introducere în CRM: definire și rol în vânzări. Strategii de retenție și fidelizare a clienților. Analiza valorii clienților și importanța relațiilor pe termen lung)	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. & Le Meunier-FitzHugh K. (2019), Selling and Sales Management, 11-th edition, Pearson Education Limited, New York. 5. Wirtz J. (2023), Essentials of services marketing, 4-th edition, Pearson Education Limited, New York. 6. Wirtz, J. & Lovelock, C. (2022) Services marketing: people, technology, strategy, 9-th edition, World Scientific, New Jersey.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare - învățare	Observații
Introducere în managementul vânzărilor	Aplicații practice, Studii de caz	1 seminar (1 oră)
Procesul de vânzare și tipuri de vânzări	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (2 ore)
Sistemul de management în vânzări	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (2 ore)

Planificarea teritorială și strategii de alocare a resurselor	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (2 ore)
Bugetarea și controlul activității de vânzare	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (2 ore)
Digitalizarea și tehnologiile în managementul vânzărilor	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar (1 oră)
Evaluarea performanței și strategii de motivare a echipei de vânzări	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (2 ore)
Managementul relațiilor cu clienții (CRM) și fidelizarea clienților	Aplicații practice, studii de caz	2 seminarii (2 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. & Le Meunier-FitzHugh K. (2019), Selling and Sales Management, 11-th edition, Pearson Education Limited, New York. 5. Wirtz J. (2023), Essentials of services marketing, 4-th edition, Pearson Education Limited, New York. 6. Wirtz, J. & Lovelock, C. (2022) Services marketing: people, technology, strategy, 9-th edition, World Scientific, New Jersey.		

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	• corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; • coerența logică în gândire.	Examen oral (prezentarea proiectului)	60%
9.5 Seminar/laborator	• înțelegerea, însușirea și utilizarea corectă a conceptelor de specialitate dobândirea unui limbaj de specialitate.	Activitate pe parcurs la laborator	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. univ. dr. Cristina Fleșeriu	Conf. univ. 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”.