

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2023-2024
Anul de studiu I / Semestrul II

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Marketing și promovarea vânzărilor 243207 Brand manager, 243210 Organizator târguri și expoziții, 243216 Analist servicii client.

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Tehnici de vânzare			2.2. Cod disciplină	MPV 124.2		
2.3. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Dragolea Larisa						
2.4. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr. Dragolea Larisa						
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	Op

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					46
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					46
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					50
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	144
3.9 Total ore pe semestru	200
3.10 Numărul de credite	8

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 tablă/videoproiector
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sală dotată cu tablă, acces internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C20 Proiectarea și gestiunea forțelor de vânzare; C25 Cunoașterea conceptelor de bază în domeniul comunicării de marketing și aprofundarea tehnicilor de comunicare, publicitate, promovarea vânzărilor, forțele de vânzare în vederea atingerii obiectivelor comunicaționale și a obiectivelor de marketing propuse în planurile de marketing.
-------------------------	--

Competențe transversale	CT6 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice marketingului; CT7 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice promovării vânzărilor;
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina „TEHNICI DE VÂNZARE” este înscrisă în planul de învățământ al Facultății de Științe Economice, Master, specializarea: Marketing și Promovarea Vânzărilor, în rândul disciplinelor fundamentale, cu caracter teoretico-aplicativ, având rolul de a specializa angajații din domeniul marketingului și vânzărilor. Noțiunile și ideile esențiale formulate servesc ca suport teoretic și metodologic pentru celelalte discipline care tratează diverse laturi ale activității de marketing și vânzări.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Înțelegerea conceptului de vânzare. Deprinderea procesului de vânzare. Cunoașterea tehnicilor promoționale. Asumarea corectă a noțiunii de forță de vânzare-managementul operațional al vânzărilor B. Obiective procedurale Corelarea unor experiențe profesionale cu unele teorii din domeniul vânzărilor. Identificarea unor situații concrete de aplicare a tehnicilor de vânzări. Identificarea principalelor strategii de vânzări. C. Obiective atitudinale Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor de agent de vânzare, reprezentat zonal, director de vânzări. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cap.1. FORȚA DE VÂNZARE . TEHNICI ȘI STRATEGII DE VÂNZARE Modalități de abordare a clientului Gestiunea Forțelor de Vânzare Construirea unei relații cu clientul	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.2. ALGORITMUL VÂNZĂRII-MODELUL S.P.I.N. Etapele-cheie ale vânzării Obținerea informațiilor Informarea Obținerea angajamentului	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.3. ARGUMENTAREA ȘI DEMONSTRAȚIA Argumentarea, instrument al vânzării Demonstrația, componentă în procesul de vânzare	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.4. PROFILUL PSIHOLAGIC AL VÂNZĂTORULUI Calitățile solicitate agenților comerciali Tipologia agenților comerciali	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.5. ORGANIZAREA ACTIVITĂȚII AGENȚILOR COMERCIALI Criterii de organizare a forței de vânzare Determinarea necesarului de agenți comerciali Stabilirea zonei teritoriale repartizate agenților comerciali	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.6. TIPURILE DE VÂNZĂTORI –PARTEA I Denumiri atribuite personalului din vânzări Tipuri de vânzare Tipologia agenților comerciali	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.7. TIPURILE DE VÂNZĂTORI –PARTEA a II-a	Prelegere, conversație,	2 ore

Tipologia cumpărătorilor Gestiunea carierei personalului de vânzări	exemplificare	
Cap.8. RECRUTAREA ȘI SELECTAREA AGENȚILOR COMERCIALI Sursele de recrutare a personalului de vânzare Procesul de angajare a membrilor forței de vânzare Metode, tehnici și instrumente folosite în recrutarea și selecția personalului din vânzări	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.9. FORMAREA AGENȚILOR COMERCIALI Importanța și rolul formării agenților comerciali Metode și instrumente de pregătire utilizate în formarea profesională a agenților comerciali	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.10. MOTIVAREA AGENȚILOR COMERCIALI Remunerarea forțelor de vânzare Stimularea forțelor de vânzare	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.11. ORGANIZAREA COMPARTIMENTULUI DE VÂNZĂRI Tipuri de organizare a forței de vânzare Forme moderne de organizare a forței de vânzare	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.12. EVALUAREA PRFORMANȚELOR AGENȚILOR COMERCIALI Factorii care influențează performanțele agenților comerciali Stabilirea cotelor de vânzări Obiectivele forțelor de vânzare	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.13. CONTROLUL ACTIVITĂȚII AGENȚILOR COMERCIALI-PARTEA I Tipuri de control	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore
Cap.14. Supervizarea și sprijinirea activității agenților comerciali CONTROLUL ACTIVITĂȚII AGENȚILOR COMERCIALI-PARTEA a II-a Documente operative folosite în planificarea și controlul activității agenților comerciali	Prelegere, conversație, exemplificare	2 ore

8.2 Bibliografie

1. Aguilar M. Vânzătorul de elită, Editura Polirom, 2008 ;
2. Bishop B. Cum să vinzi un homar, Editura ALL, 2014 ;
3. Calvin, R. J., Sales Management, The McGraw-Hill Executive MBA Series, McGraw-Hill Companies, New-York, 2001;
4. Carnegie D. Tehnici de a vinde, Editura Curtea Veche, 2014;
5. Cruceru A.F., Tehnici de vânzare și de negociere, suport de curs, 2008 ;
6. Dragolea Larisa Gestiunea forțelor de vânzare Suport de curs în format electronic, Biblioteca Universității 1 „Decembrie 1918., din Alba Iulia, 2023;
7. Futrell, Ch. M., Fundamentals of Selling. Customers for Life, Seventh Edition, Irwin/McGraw-Hill, New York, 2002;
8. Gitomer J. Biblia vânzătorilor, Editura Brandbuilders , 2006;
9. Gitomer J., Biblia vânzătorilor, Ed. Brandbuilders marketing și advertising grup (trad.), 2006;
10. Hinescu, A., Iuga, I., Bolog, A., Management-Marketing, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2002
11. Kotler, Ph., Kotler despre marketing. Cum să creem, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele, Editura CURIER MARKETING, București, 2003;
12. Mandino O. Cel mai vestit vânzător din lume, Editura Curtea Veche, 2008;
13. Pink D. A vinde este omenește ,Editura Publica, 2013.
14. Qubein R. N., Profesionist în vânzări, Editura Curtea veche, București, 2007;
15. Rackham, N., Succesul în vânzări. Strategia SPIN, Editura Teora, București, 2001;
16. Stanton, W. J.; Buskirk, R.H., Spiro, R.L., Management of a Sales Force, Eighth Edition, Irwin, Homewood, Boston, 1991;

17. Tracy B. Psihologia vânzării, Editura BusinessTech, 2014
18. Zaharia, R.; Cruceru, A., Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Uranus, București, 2002;
19. Ziglar Z. Curs de vânzări. Cum sa vinzi orice oricui ,Editura Curtea Veche , 2010;
20. Ziglar Z., Arta vânzării, Editura Amaltea, București, 2004.

Seminar-laborator		
1. Forța de vânzare . Tehnici și strategii de vânzare	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
2. Algoritmul vânzării-modelul S.P.I.N.	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
3. Argumentarea și demonstrația	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
4. Profilul psihologic al vânzătorului	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
5. Organizarea activității agenților comerciali	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
6. Tipurile de vânzători –partea I	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
7. Tipurile de vânzători –partea a II-a	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
8. Recrutarea și selectarea agenților comerciali	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
9. Formarea agenților comerciali	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
10. Motivarea agenților comerciali	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
11. Organizarea compartimentului de vânzări	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
12. Evaluarea prformanțelor agenților comerciali	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
13. Controlul activității agenților comerciali-parte a I	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore
14. Controlul activității agenților comerciali-parte a II-a	Conversație, Studiu de caz, Exemplificare	2 ore

Bibliografie

1. Aguilar M. Vânzătorul de elită, Editura Polirom, 2008 ;
2. Bishop B. Cum să vinzi un homar, Editura ALL, 2014 ;
3. Calvin, R. J., Sales Management, The McGraw-Hill Executive MBA Series, McGraw-Hill Companies, New-York, 2001;
4. Carnegie D. Tehnici de a vinde, Editura Curtea Veche,2014;
5. Cruceru A.F., Tehnici de vânzare și de negociere, suport de curs, 2008 ;
6. Dragolea Larisa Gestiunea forțelor de vânzare Suport de curs în format electronic, Biblioteca Universității 1 „Decembrie 1918,, din Alba Iulia, 2023;
7. Futrell, Ch. M., Fundamentals of Selling. Customers for Life, Seventh Edition, Irwin/McGraw-Hill, New York, 2002;
8. Gitomer J. Biblia vânzării, Editura Brandbuilders , 2006;
9. Gitomer J., Biblia vânzării, Ed. Brandbuilders marketing și advertising grup (trad.), 2006;
10. Hinescu, A., Iuga, I., Bolog, A., Management-Marketing, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2002
11. Kotler, Ph., Kotler despre marketing. Cum să creem, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele, Editura CURIER MARKETING, București, 2003;
12. Mandino O. Cel mai vestit vânzător din lume, Editura Curtea Veche, 2008;
13. Pink D. A vinde este omeneste ,Editura Publica, 2013.
14. Qubein R. N., Profesionist în vânzări, Editura Curtea veche, București, 2007;
15. Rackham, N., Succesul în vânzări. Strategia SPIN, Editura Teora, București, 2001;
16. Stanton, W. J.; Buskirk, R.H., Spiro, R.L., Management of a Sales Force, Eighth Edition, Irwin, Homewood, Boston, 1991;
17. Tracy B. Psihologia vânzării, Editura BusinessTech, 2014
18. Zaharia, R.; Cruceru, A., Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Uranus, București, 2002;
19. Ziglar Z. Curs de vânzări. Cum sa vinzi orice oricui ,Editura Curtea Veche , 2010;
20. Ziglar Z., Arta vânzării, Editura Amaltea, București, 2004.

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

Conținutul disciplinei oferă fundamentele domeniului vânzării ca domeniu de studiu, precum și modele practice de utilizare a tehnicilor de vânzare. Dobândirea competențelor specifice facilitează orientarea masteranzilor spre activitatea practică de vânzare, în cadrul unor entități private sau publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Participare activă la dezbateri</i>	<i>Examen (oral)</i>	70%
10.5 Seminar/laborator	<i>Participare activă la dezbateri cu argumente și opinii, elaborare și prezentare proiect</i>		30%
10.6 Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5			

Data completării
03.09.2023

Semnătura titularului de curs
Conf.univ.dr. Dragolea Larisa

Semnătura titularului de seminar
Conf.univ.dr. Dragolea Larisa

Data avizării în departament
20.09.2023

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Maican Silvia Ștefania