

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	FINANȚE ȘI CONTABILITATE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	FINANȚE
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	Management financiar - bancar și de asigurări
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2024 - 2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL VÂNZĂRII RELATIONALE								
2.2 Codul disciplinei	MFBA0111AS2104.1								
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar									
2.5 Anul de studiu	II	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	A	2.9 Numărul de credite ECTS	7

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	1
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar / laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					52
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					6
Examinări					5
Alte activități:					-
3.7 Total ore studiu individual			133		
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			175		

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	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; • Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet; • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea valorilor și eticii profesiei și executarea responsabilă a unor sarcini profesionale complexe în condiții de autonomie și independență profesională, promovarea raționamentului logic, a aplicabilității practice, a evaluării și autoevaluării în luarea deciziilor (3 puncte de credit)</p> <p>CT3. Autoevaluarea și diagnoza nevoii de formare continuă în vederea adaptării la dinamica contextului social (4 puncte de credit)</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea de cunoștințe cu privire la managementul echipei de vânzare și a procesului de vânzare relațională necesare rezolvării concrete a problemelor din diverse domenii de activitate 	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.1.1: Absolventul cunoaște aspectele referitoare la gestiunea și managementul echipei de vânzare;</p> <p>R.1.2: Absolventul identifică etapele procesului de vânzare relațională precum și metodele și tehnicile prin care se culeg informații despre client;</p> <p>R.1.3: Absolventul este capabil să deosebească metodele și tehnicile de prezentare a produselor, de argumentare și de încheiere a vânzării.</p>
	Aptitudini:	<p>R.1.1: Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la strategia forței de vânzare;</p> <p>R.1.2: Absolventul evaluează principalele tendințe manifestate în cadrul marketingului relațional dar și managementului relațiilor cu clienții;</p> <p>R.1.3: Absolventul utilizează corect instrumentele specifice de recrutare, selecție, conducere, supervizare, evaluare și control a personalului de vânzări în domenii diverse</p>
	Responsabilitate și autonomie	<p>R.1.1 Absolventul formulează strategii de îmbunătățire a relației vânzător-cumpărător;</p> <p>R.1.2: Absolventul planifică și rezolvă aspecte referitoare la managementul teritoriului și ameliorarea timpilor individuali</p>

R.1.3: Absolventul implementează strategii defidelizare a clienților ca principal suport al marketingului relational.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
1. Managementul vânzării în cadrul managementului firmei	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1
2. Organizarea structurala a activității forței de vânzare	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8
3. Determinarea necesarului de agenți comerciali	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8
4. Managementul teritoriului și ameliorarea timpilor individuali	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 9
5. Stabilirea zonei teritoriale repartizate agenților comerciali și repartizarea sarcinilor de muncă pe agenți comerciali	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -2, cap 9
6. Stabilirea țintelor comerciale	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 10
7. Recrutarea și selecția personalului de vânzări	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 12
8. Instruirea și formarea profesională a agenților comerciali	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 3, -2, cap 13
9. Conducerea, supervizarea și motivarea forțelor de vânzare	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 4, -2, cap 14, -2 cap 15, -2 cap 16
10. Evaluarea și controlul agenților comerciali	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 17

11. Dezvoltarea marketingului relational	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5
12. Fidelizarea clientilor - principalul suport al marketingului relational	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1, -2, cap 5
13. Interactiunea cumparator-vanzator	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5
14. Managementul relațiilor cu clienții	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 11
Total ore		28 ore	
Bibliografie obligatorie: <ol style="list-style-type: none"> 1. Anca Teau, <i>Tehnici de vânzare</i>, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2009 2. Bill Donaldson, <i>Managementul vanzarilor</i>, Editura Codecs, Bucuresti, 2001 Bibliografie suplimentară: <ol style="list-style-type: none"> 1. Jim Blythe, <i>Managementul vanzarilor si al clientilor cheie</i>, Editura Codecs, Bucuresti, 2005. 2. Marc Corcos, <i>Tehnici de vanzare eficiente</i>, Editura Polirom, Bucuresti, 2008. 3. Razvan Zaharia, Anca Cruceru, <i>Gestiunea fortelor de vanzare</i>, Editura Uranus, Bucuresti, 2002. 4. George Butunoiu, <i>Tehnici de vanzare</i>. Curs pentru agentii de vanzari, Editura All, Bucuresti, 1998. 5. Philip Kotler, <i>Principiile marketingului</i>, Editura Teora, Bucuresti, 1998. 6. Nido R. Qubein, <i>Profesionist in vanzari</i>, Editura Curtea Veche, Bucuresti, 2006. 			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referinte bibliografice
1. Stabilirea calendarului si itinerariilor vizitelor efectuate de agentii comerciali	Studiile de caz, discuțiile de grup, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 9
2. Etapele procesului de vanzare	Jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 6
3. Analiza profitabilitatii activitatii de vanzare	Exercițiul, demonstrația, simulările.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 7
4. Intocmirea planului de vanzari	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 6 -2, cap 7

5. Remunerarea forțelor de vânzare	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 4 -2, cap 15
6. Tehnici de prezentare a produselor – jocuri de rol	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 10 -2, cap 4
7. Vânzarea relațională și interacțiunea cumpărător-vânzător	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5
TOTAL		14 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Anca Teau, *Tehnici de vânzare*, Editura Pro Universitaria, București, 2009
2. Bill Donaldson, *Managementul vânzătorilor*, Editura Codecs, București, 2001

Bibliografie suplimentară:

1. Jim Blythe, *Managementul vânzătorilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, București, 2005.
2. Marc Corcos, *Tehnici de vânzare eficiente*, Editura Polirom, București, 2008.
3. Razvan Zaharia, Anca Cruțeru, *Gestiunea forțelor de vânzare*, Editura Uranus, București, 2002.
4. George Butunoiu, *Tehnici de vânzare. Curs pentru agenții de vânzări*, Editura All, București, 1998.
5. Philip Kotler, *Principiile marketingului*, Editura Teora, București, 1998.
6. Nido R. Qubein, *Profesionist în vânzări*, Editura Curtea Veche, București, 2006.

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

-Pe parcursul derulării disciplinei vor fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
-Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mesteșugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

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"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; 	Lucrare scrisă descriptivă	50%

	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de utilizare adecvată a principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în managementul vânzării relaționale; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în vederea fidelizării clienților; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a agenților comerciali; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 		
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în managementul vânzării relaționale; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în vederea fidelizării clienților; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a agenților comerciali; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • însușirea vocabularului specific disciplinei; • recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu; • înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale; • însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în soluționarea problemelor și opțiunilor de politică economică de mare actualitate (naționale și internaționale); 			

- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- obținerea notei 5 la examenul final

Data completării: 24.09.2024

Întocmit,
Conf. univ. dr. Anca Mihaela Melinceanu

Semnătura titularului de seminar,

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2024

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf. univ. dr. Aurelian Diaconu

Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Mădălina-Gabriela Anghel

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2024

Semnătura Decan,
Conf. univ. dr. Andrei Buiga

.....