

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii ¹	MANAGEMENT
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea ²	MANAGEMENT ORGANIZATIONAL
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină³

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL VÂNZĂRILOR								
2.2 Codul disciplinei	MGOO221AS1103.2								
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar									
2.5 Anul de studiu	1	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E 1	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	A	2.9 Numărul de credite ECTS	10

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)⁴

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	2	3.3 seminar / laborator	2
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar / laborator	28
		3.6 curs			
Distribuția fondului de timp⁵:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					81
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					51
Tutoriat/consultații					4
Examinări					8
Alte activități:					-
3.7 Total ore studiu individual				194	
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				250	

4. Precondiții⁶(acolo unde este cazul)

¹ Management

² Management organizațional

³ Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

⁴ Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

⁵ Distribuția fondului de timp este responsabilitatea cadrului didactic

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; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
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; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specific acumulate⁷

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordonează alinierea eforturilor în scopul dezvoltării afacerii 2. Elaborează strategiile societății 3. Realizează analize de date 4. Interpretează informațiile comerciale
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oferă consiliere altora 2. Soluționează probleme

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei⁸	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea, cunoașterea și utilizarea conceptelor, principiilor, teoriilor și tehnicilor din domeniul vânzărilor menite să identifice și să fundamenteze viziuni, strategii și acțiuni manageriale care să asigure succesul antreprenorial. 	
7.2 Obiectivele specifice⁹	Cunoștințe:	<p>R.1.1: Absolventul cunoaște principalele momente din evoluția vânzărilor și este în măsură să explice contextul impunerii diferitelor forme de vânzare</p> <p>R.1.2: Absolventul înțelege modul în care se corelează principiile generale de management al firmei cu funcțiunea</p>

⁶ Se menționează, acolo unde este cazul, disciplinele necesare a fi fost parcurse anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurării a procesului educațional în cadrul disciplinei, precum și competențele pe care studentul trebuie să și le fi însușit anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurării a procesului educațional în cadrul disciplinei de față

⁷ Se vor prelua informațiile din Grila 2, cu indicarea numărului de credite asociat fiecărui descriptor al competenței

⁸ Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

⁹ Se enunță clar obiectivele (rezultatele învățării – ceea ce cunoaște, înțelege și este capabil să facă studentul, după parcurgerea disciplinei) ce vor fi atinse în cadrul procesului educațional la disciplina în cauză. Acestea trebuie să fie cuantificabile și formulate acțional în strânsă legătură derivativă cu seturile de competențe pe care le dezvoltă și pornind de la conținutul tematic al cursului. Pentru enunțarea lor se vor folosi preponderent verbe de acțiune. Pentru fiecare componentă în parte, se vor înscrie 3-5 rezultate ale învățării.

		<p>vânzări a acesteia.</p> <p>R.1.3: Absolventul este capabil să justifice rolul produsului, mărcii și brandului în fundamenarea strategiei manageriale de promovare a vânzărilor</p> <p>R.1.4: Absolventul este în măsură să, identifice factorii care influențează volumul vânzărilor</p> <p>R.1.5: Absolventul cunoaște și este în măsură să propună și să argumenteze sisteme și tehnici specifice de vânzare, în deplin consens cu diferitele domenii de activitate ale firmelor</p> <p>R.1.6: Absolventul cunoaște rolul canalelor de distribuție și poate analiza stările de fapt prin prisma centrelor de venituri și costuri</p> <p>R.1.7: Absolventul înțelege procesele interne de vânzare ca profesie și componentă managerială.</p>
	Aptitudini:	<p>R.1.1: Absolventul este în măsură să dezvolte discuții pe teme din domeniul economic, fiind în măsură să cunoască noțiunile și termenii de specialitate.</p> <p>R.1.2: Absolventul evaluează, pe bază de criterii științifice, situații concrete din domeniul vânzărilor, fiind în măsură să susțină direcții de îmbunătățire a stărilor de fapt.</p> <p>R.1.3: Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici ale mecanismului de funcționare a piețelor, în consens cu deciziile macroeconomice publice.</p> <p>R.1.4: Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici ale mecanismului de funcționare a piețelor</p> <p>R.1.5: Absolventul interpretează principalele tendințe manifestate în funcționarea piețelor</p> <p>R.1.6: Absolventul evaluează corect și fundamentat științific oportunitățile și riscurile manifestate pe diferite piețe, prin politicile de creștere sau reducere de, prețuri</p>
	Responsabilitate și autonomie	<p>R.1.1: Absolventul este riguros în susținerea strategiilor de vânzări pentru situații particularizate.</p> <p>R.1.2: Absolventul conștientizează aspectele corelaționale între funcțiunea vânzări și celelalte funcțiuni ale firmei.</p> <p>R.1.3: Absolventul creează sisteme particulare de organizare funcțională și managerială a firmei</p> <p>R.1.4: Absolventul formulează strategii menite să fundamenteze deciziile manageriale generale.</p> <p>R.1.5: Absolventul dezbate și argumentează modul de implementare și evaluare a strategiilor organizaționale</p> <p>R.1.6: Absolventul îmbunătățește procesele strategice din organizații, prin raportarea lor la componenta vânzări.</p>

8. Conținuturi

81. CURS	Metode de predare/lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema nr. 1: Fundamente teoretice asupra apariției și evoluției vânzărilor Vânzările în teoria marketingului	Curs interactiv	3 prelegeri (6 ore)	1/Cp. 1; 2/Cp. 1; 3/Cp. 1; 4/Cp.1; 5/Cp.1; 6/Cp.1
Tema nr. 2 : Funcțiunea vânzări - obiect de activitate al managementului firmei/organizației	Conversație euristică	2 prelegeri (4 ore)	2/Cp.2, 3/Cp.2, 4/Cp.11; 6/Cp.17
Tema nr. 3: Produsul, marca, brandul, ambalajul și etichete în procesul vânzărilor	Conversație euristică	3 prelegeri (6 ore)	2/Cp.2, 3/Cp.2, 4/Cp.11;

			6/Cp.17
Tema nr. 4: Managementul prețurilor în fundamentarea strategiilor de vânzări	Curs interactiv	2 prelegeri (4 ore)	2/Cp.7;3/Cp.7; 5/Cp.5;6/Cp.11
Tema nr. 5 : Factori de influență ai proceselor de vânzări. Principii și teorii.	Conversație euristică	2 prelegeri (4 ore)	1/Cp.3; 6/Cp.6; 6/Cp.7
Tema nr. 6 : Sisteme, metode și tehnici de vânzări	Metoda problematizării	1 prelegere (2 ore)	1/Cp.4; 4/Cp.5;5/Cp.7; 5/Cp.8,
Tema nr. 7: Managementul canalelor de distribuție	Conversație euristică	1 prelegere (2 ore)	2/Cp.8; 3/cp.8; 5/Cp.6;6/Cp.13
TOTAL		28 ORE	

Bibliografie obligatorie:

1. Bill Donaldson, Managementul vânzărilor, Editura Codecs, București, 1996
2. Udrescu Mircea, Managementul vânzărilor, EDITURA Artifex, București, 2011.
3. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, Management, marketing și vânzări, Editura Axioma Print, București, 2011
4. Geoffrey Gittomer, Biblia vânzărilor, Editura Brand Builders, bucurești, 2006
5. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, Managementul marketingului, Editura Artifex, București, 2009.
6. Philip Kotler, Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2005

Bibliografie suplimentară:

1. Kevin Hogan, William Horton, Cum să te vinzi, Editura Antet, București, 2002
2. Brian Tracy, Cum să ajungi supervedetă de vânzări, Editura Meteorr Press, București, 2011
3. Dale Carnegie, Tehnici de a vinde, Editura Curtea Veche, București, 2008
4. Frank Bettger, Cum am devenit expert în vânzări, Editura Curtea Veche, București, 2011
5. Don Sexton, Branding, Editura Curtea Veche, București, 2012

8.2. SEMINAR	Metode de desfășurare	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema nr. 1: Vânzarea – activitate specific umană. Momente semnificative din evoluția vânzărilor	Realizarea de referate. Discuții pe bază de referate.	3 seminare (6 ore)	1/Cp. 1; 2/Cp. 1; 3/Cp. 1; 4/Cp.1; 5/Cp.1; 6/Cp.1;
Tema nr. 2: Funcțiunea vânzării a firmei. Organizarea funcțională și structurală a vânzărilor.	Elaborarea , prezentarea, susținerea și discutarea de structuri organizatorice propane individual	2 seminare (4 ore)	2/Cp.2, 3/Cp.2, 4/Cp.11; 6/Cp.17
Tema nr. 3: Determinări ale vânzărilor asupra strategiilor manageriale ale firmei.	Întocmirea de referate tematice Dezbaterea de scenarii	3 seminare (6 ore)	2/Cp.2, 3/Cp.2, 4/Cp.11; 6/Cp.17;
Tema nr. 4: Teorii și principii de bază ale vânzărilor	Dezbaterea de scenarii	1 seminar (2 ore)	2/Cp.7;3/Cp.7; 5/Cp.5;6/Cp.11
Tema nr. 5: Sisteme, metode și tehnici de planificare, organizare și executare a vânzărilor. Succes și insucces în domeniul vânzărilor	Dezbateri de scenarii	2 seminare (6 ore)	1/Cp.4; 4/Cp.5;5/Cp.7; 5/Cp.8,
Tema nr. 6: Canale de vânzări. Vânzări directe și vânzări indirecte .	Dezbateri tematice	2 seminare (4 ore)	2/Cp.8; 3/cp.8; 5/Cp.6;6/Cp.13
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Bill Donaldson, Managementul vânzărilor, Editura Codecs, București, 1996
2. Udrescu Mircea, Managementul vânzărilor, EDITURA Artifex, București, 2011.
3. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, Management, marketing și vânzări, Editura Axioma Print, București, 2011
4. Geoffrey Gittomer, Biblia vânzărilor, Editura Brand Builders, bucurești, 2006
5. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, Managementul marketingului, Editura Artifex, București, 2009.
6. Philip Kotler, Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2005

Bibliografie suplimentară:

7. Kevin Hogan, William Horton, Cum să te vinzi, Editura Antet, București, 2002
8. Brian Tracy, Cum să ajungi supervedetă de vânzări, Editura Meteorr Press, București, 2011
9. Dale Carnegie, Tehnici de a vinde, Editura Curtea Veche, București, 2008
10. Frank Bettger, Cum am devenit expert în vânzări, Editura Curtea Veche, București, 2011
11. Don Sexton, Branding, Editura Curtea Veche, București, 2012

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

- Pe parcursul derulării disciplinei, la temele de seminar nr. 3, 4 și 5 vor fi invitați factori de răspundere din UCECOM, care vor prezenta punctual particularități ale vânzărilor specifice întreprinderilor mici și mijlocii.
- 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"> • Explicarea succesului în vânzări ca rezultat al acțiunilor specifice de adăugare de valoare de-a lungul lanțului de producție și desfacere • Cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • Demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea firmei; • Coerența logică în analiză și argumentare; • Înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor; • Cunoașterea evoluției vânzărilor ca artă, știință și procese. • Înțelegerea dezvoltării funcțiilor firmei și corelarea acestora cu funcțiunea vânzării. • Explicarea organizării structurale și funcționale a vânzărilor firmei/organizației • Explicarea determinărilor manageriale ale 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %

	<p>vânzărilor asupra obiectului de activitate al firmei/organizației</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicarea teoriilor generale ale vânzării și sistematizarea factorilor de influență a comportamentului consumatorilor în spațiul dat de oferta de piață. 		
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • Explicarea diferitelor definiții ale marketingului în corelație cu momentele specifice ale evoluției vânzărilor ca activitate specific umană, cu determinări economice. • Explicarea funcțiilor managementului firmei, funcțiunilor firmei și corelării acestora cu funcțiunea vânzări. • Cunoașterea organizării procesuale și structurale a funcțiunii vânzări firmei/organizației. • Prezentarea conținutului sistemelor, metodelor și tehnicilor de vânzări. Susținerea dezvoltării obiectului de activitate al firmei prin corelare cu componenta vânzări. Susținerea succesului în vânzări prin managementul valorii adăugate. • Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • Demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea firmei; • Coerența logică în analiză și argumentare; • Înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țării / firmelor; • Capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • Formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • Aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	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; • participarea la 1/2 din seminarii; • obținerea notei 5 la examenul final. 			

Data completării: 22.09.2024

Semnătura titularului de curs,
Întocmit,
Prof. univ. dr. Mircea Alecsandru Udrescu
.....

Semnătura titularului de seminar,
.....

Data avizării în departament: 30.09.2024

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

Avizat,
Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Sorin Gabriel Gresoi

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2024

Semnătura Decan,
Conf. univ. dr. Anca-Mihaela Melinceanu
.....