

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2016-2017

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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Gestiunea forțelor de vânzare		2.2. Cod disciplină	MPV 124.1			
2.3. Titularul activității de curs	Dragolea Larisa						
2.4. Titularul activității de seminar	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)	O

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					49
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					51
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					42
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					144
3.8 Total ore din planul de învățământ					56
3.9 Total ore pe semestru					200
3.10 Numărul de credite					8

4. Precondiții

4.1. de curriculum	nu este cazul
4.2. de competențe	competențe de comunicare

5. Condiții

5.1. de desfășurare a cursului	<i>Sala dotata cu videoproiector, ecran de proiecție, pointer</i>
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	<i>Sala dotata cu videoproiector, ecran de proiecție, pointer</i>

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C5 Utilizarea tehnicilor de vânzare
Competențe transversale	C5.1 Definirea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare C5.3 Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare C5.4 Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare C5.5 Proiectarea programului de comunicare în vânzări

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina „GESTIUNEA FORȚELOR DE VÂNZARE” este înscrisă în planul de învățământ al Facultății de Științe, Master, specializarea: Marketing, în rândul disciplinelor cu caracter teoretico-aplicativ, având rolul de a specializa angajații din domeniul marketingului și vânzărilor.
7.2 Obiectivele specifice	Noțiunile și ideile esențiale formulate servesc ca suport teoretic și metodologic pentru celelalte discipline care tratează diverse laturi ale activității de marketing și vânzări.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>Cap.1 Forța de vânzare- element cheie al succesului unei afaceri Forța de vânzare-Concept, obiective Gestiunea forțelor de vânzare Construirea unei relații cu clientul Transformarea satisfacției consumatorilor în loialitate</p> <p>Cap.2 Organizarea activității agenților comerciali Criterii de organizare a forțelor de vânzare Determinarea necesarului de agenți comerciali Stabilirea zonei teritoriale repartizate agenților comerciali Repartizarea sarcinilor de muncă pe agenți comerciali Stabilirea calendarului și itinerariilor vizitelor efectuate de agenții comerciali</p> <p>Cap.3 Tipuri de vânzători și implicațiile acestora asupra organizării forței de vânzare Denumiri atribuite personalului de vânzări Tipuri de vânzare Calitățile solicitate agenților comerciali Tipologia agenților comerciali Tipologia cumpărătorilor Gestiunea carierei personalului de vânzări</p> <p>Cap.4 Pregătirea prezentării Câștigarea încrederii cumpărătorului Elemente de evitat în timpul procesului de prezentare și vânzare Prezentările susținute în fața unui grup de persoane</p> <p>Cap.5 Transformarea obiectivelor în oportunități Transformarea obiectivelor în surse de informație</p>	<p><i>Prelegere, discutii</i></p>	-

<p>Motive de cumpărare sau necumpărare Verificarea veridicității obiecțiilor</p> <p>Cap.6 Finalizarea vânzării Semnalele clientului care semnifică intenția de cumpărare Adresarea întrebărilor de final Încheierea vânzării</p> <p>Cap.7 Calitatea serviciilor oferite clienților Conceptul de calitate Calitatea obiectivă Calitatea subiectivă Modalități de armonizare a calității obiective cu calitatea subiectivă oferită clienților</p>		
<p>Seminar-laborator Forța de vânzare- element cheie al succesului unei afaceri Organizarea activității agenților comerciali Tipuri de vânzători și implicațiile acestora asupra organizării forței de vânzare Pregătirea prezentării Transformarea obiecțiilor în oportunități Finalizarea vânzării Calitatea serviciilor oferite clienților</p>	Prelegere, discutii	-
<p>Bibliografie :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calvin, R. J., <i>Sales Management</i>, The McGraw-Hill Executive MBA Series, McGraw-Hill Companies, New-York, 2001 ; 2. Cruceru A.F., <i>Tehnici de vânzare și de negociere, suport de curs</i>, 2008 ; 3. Furell, Ch. M., <i>Fundamentals of Selling. Customers for Life</i>, Seventh Edition, Irwin/McGraw-Hill, New York, 2002; 4. Gitomer J., <i>Biblia vânzătorilor</i>, Ed. Brandbuilders marketing și advertising grup (trad.), 2006; 5. Qubein R. N., <i>Profesionist în vânzări</i>, Editura Curtea veche, București, 2007; 6. Rackham, N., <i>Succesul în vânzări. Strategia SPIN</i>, Editura Teora, București, 2001; 7. Stanton, W. J.; Buskirk, R.H., Spiro, R.L., <i>Management of a Sales Force</i>, Eighth Edition, Irwin, Homewood, Boston, 1991; 8. Zaharia, R.; Cruceru, A., <i>Gestiunea forțelor de vânzare</i>, Editura Uranus, București, 2002; 9. Ziglar Z., <i>Arta vânzării</i>, Editura Amaltea, București, 2004 		

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul vânzărilor. Prin conținut, disciplina răspunde necesităților practice actuale ale angajatorilor.

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, implicare, activitate</i>	<i>Participare argumentată la dezbateri</i>	0,5p.
10.5 Seminar/laborator	<i>Participare, implicare, activitate, interactivitate</i>	<i>Pregătirea și susținerea unor prezentări (proces de vânzare)</i>	2,5p.
10.6 Standard minim de performanță: Întrunirea cerințelor prevăzute pentru activitatea de seminar.			
Demonstrarea competențelor în: <i>-domeniul vânzării, prin rezolvarea unor studii de caz și situații ipotetice de vânzare.</i>			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

01.03.2017

Semnătura directorului de departament

Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela