

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	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022 - 2023

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI DE VANZARE								
2.2 Codul disciplinei	0231OS2105								
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. Univ. Dr. MELINCEANU ANCA-MIHAELA								
2.4 Titularul activităților de seminar	Conf. Univ. Dr. MELINCEANU ANCA-MIHAELA								
2.5 Anul de studiu	2	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)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	4

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					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual				58	
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				100	

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; • 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 specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C4 FUNDAMENTAREA SI ELABORAREA MIX-ULUI DE MARKETING (1 punct de credit) C4.1 Definierea conceptelor si descrierea politicilor <i>mix-ului de marketing</i> (1 punct de credit)</p> <p>C5 UTILIZAREA TEHNICILOR DE VANZARE (2 puncte de credit) C5.1 Definierea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare (0,5 puncte de credit) C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare si a utilizarii instrumentelor specifice de comunicare (0,5 puncte de credit) C5.3 Aplicarea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare (0,5 puncte de credit) C5.4 Analiza si evaluarea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare (0,5 puncte de credit)</p> <p>C6 ORGANIZAREA ACTIVITATILOR DE MARKETING IN CADRUL ORGANIZATIEI (1 punct de credit) C6.3 Aplicarea principiilor si metodelor de baza pentru organizarea activităților de marketing (1 punct de credit)</p>
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei¹	Dobandirea de cunostinte cu privire la tehnicile de vanzare si la instrumentele specifice de comunicare necesare rezolvării concrete a problemelor din sfera economica.	
7.2 Obiectivele specifice²	Cunoștințe:	R.î.1: Absolventul cunoaște aspectele referitoare la organizarea activitatii echipei de vanzare; R.î.2: Absolventul identifică etapele procesului de vanzare dar si metodele si tehnicile prin care se realizeaza vanzarea; R.î.3: Absolventul este capabil sa deosebeasca metodele si tehnicile de prezentare a produselor, de argumentare si de incheiere a vanzarii.
	Aptitudini:	R.î.1: Absolventul utilizează corect instrumentele specifice de recrutare si selecție a personalului de vanzari R.î.2: Absolventul evalueaza principalele metode de vanzare si instrumentele specifice de comunicare

¹ Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

² 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.

		R.1.3: Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la strategia forței de vânzare;
	Responsabilitate și autonomie	R.1.1 Absolventul formulează strategii de îmbunătățire a relației vânzător-cumpărător; R.1.2: Absolventul planifică și rezolvă aspecte referitoare la activitatea de vânzare R.1.3: Absolventul implementează strategii de negociere și finalizare a unei vânzări.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
1. Forța de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 1
2. Organizarea activității forței de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 2
3. Formarea profesională a agenților comerciali	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 3
4. Remunerarea forțelor de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 4
5. Tipologia vânzărilor	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 5
6. Etapele procesului de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 6
7. Metode de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 7
8. Tipuri de întrebări folosite în vânzări	Prezentare interactivă,	2 ore	Bibliografie obligatorie 1,

	expunere-dezbateri		cap 8
9. Tehnici de stabilire a unei întâlniri prin telefon	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 9
10. Tehnici de prezentare in vanzari	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 10
11. Tehnici de argumentare	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 11
12. Tehnici de combatere a obiectiilor	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 12
13. Tehnici de încheiere a unei vânzări	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 13
14. Tehnici de negociere	Prezentare interactiva, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 14
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: <ol style="list-style-type: none"> 1. Anca Teau, <i>Tehnici de vânzare</i>, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2009 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. Curs pentru agentii de vanzari</i>, 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. Planul de vanzare adaptata	Jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 5
3. Planul de vanzare persuasiva	Exercițiul, demonstrația, simulările.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 5
4. Crearea unui climat de incredere	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 7
5. Arta de a pune intrebari – jocuri de rol	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 8
6. Tehnici de prezentare a pretului – jocuri de rol	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 10
7. Cele sase conditii necesare pentru a incheia o vanzare	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 13
TOTAL		14 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Anca Teau, <i>Tehnici de vânzare</i> , Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2009			
Bibliografie suplimentară: 1. Jim Blythe, <i>Managementul vanzarilor si al clientilor cheie</i> , Editura Codecs, Bucuresti, 2005.			

<p>2. Marc Corcos, <i>Tehnici de vanzare eficiente</i>, Editura Polirom, Bucuresti, 2008.</p> <p>3. Razvan Zaharia, Anca Cruceru, <i>Gestiunea fortelor de vanzare</i>, Editura Uranus, Bucuresti, 2002.</p> <p>4. George Butunoiu, <i>Tehnici de vanzare. Curs pentru agentii de vanzari</i>, Editura All, Bucuresti, 1998.</p> <p>5. Philip Kotler, <i>Principiile marketingului</i>, Editura Teora, Bucuresti, 1998.</p> <p>6. Nido R. Qubein, <i>Profesionist in vanzari</i>, Editura Curtea Veche, Bucuresti, 2006.</p>	
--	--

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

•

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 Tehnici de vanzare; • 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 contextuale ale procesului de vanzare; • coerența logică în analiză și argumentare; • 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. 	Examen scris în sesiunea de examene.	60 %
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; 	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 contextuale ale procesului de vânzare; • coerența logică în analiză și argumentare; • capacitatea de aplicare a aspectelor teoretice în practică; • 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. 	Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	20%
--	--	--	-----

10.6 Standard minim de performanță

- 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
- 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: 21.09.2022

Semnătura titularului de curs,
Conf. Univ. Dr. MELINCEANU ANCA-MIHAELA

.....

Semnătura titularului de seminar,
Conf. Univ. Dr. MELINCEANU ANCA-MIHAELA

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

.....

Avizat,

Responsabil program de studii,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2022

Semnătura Decan,
Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....