



UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI

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	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclu de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2025 - 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				MANAGEMENTUL VANZARII RELATIONALE					
2.2 Codul disciplinei				MAA 0251 OS 2101					
2.3 Titularul activităților de curs				Conf. univ. dr. ANCA-MIHAELA MELINCEANU					
2.4 Titularul activităților de seminar				Conf. univ. dr. ANCA-MIHAELA MELINCEANU					
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)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	9

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

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 didactice din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar / laborator	28
		3.6 curs			
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					50
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire pentru prezentări sau verificări					15
Pregătire pentru examinarea finală					20
Examinări					2
Consultații					2
Alte activități:					
3.9 Total ore studiu individual			169		
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			225		

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 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	• 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	1. coordonează alinierea eforturilor în scopul dezvoltării afacerii 2. îmbunătățește procesele de afaceri 3. realizează analiza afacerii 4. identifică acțiuni de îmbunătățire
Competențe transversale	1. respectă angajamente 2. identifică probleme

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de cunoștințe cu privire la managementul echipei de vânzare și a procesului de vânzare relațională necesare rezolvării concrete a problemelor din sfera economiei comerțului, turismului și serviciilor	
7.2 Obiectivele specifice (Rezultatele învățării)	Cunoștințe:	R.1.1: Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe privind particularitățile proceselor de planificare, coordonare și control în organizații din domeniul comerțului, turismului și serviciilor R.1.2: Studentul/absolventul descrie relațiile ce se constituie în cadrul organizației și metodele de management în comerț, turism și servicii R.1.3: Studentul/absolventul identifică activitățile firmei care trebuie planificate în conformitate cu strategiile adoptate R.1.4: Studentul/absolventul definește obiectivele și sarcinile ce compun o activitate.
	Aptitudini:	R.1.1: Studentul/absolventul analizează fenomenele economice prin prisma funcțiilor manageriale. R.1.2: Studentul/absolventul analizează și explică problemele din activitatea curentă a organizației R.1.3: Studentul/absolventul realizează planificarea activităților firmei pe baza strategiilor adoptate. R.1.4: Studentul/absolventul realizează controlul integrat al activităților planificate.
	Responsabilitate și autonomie	R.1.1: Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de interpretare a fenomenelor economice prin prisma funcțiilor manageriale. R.1.2: Studentul/absolventul selectează metodele adecvate de planificare, organizare, coordonare și control în activitatea de comerț, turism și servicii. R.1.3: Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de organizare și coordonare a activităților în scopul rezolvării situațiilor problematice posibile. R.1.4: Studentul/absolventul dezvoltă proiecte de optimizare și inovare a activităților specifice firmelor de comerț, turism și servicii.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
1. Managementul vânzării în cadrul managementului firmei	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1 -3, cap 1
2. Organizarea structurală a activității forței de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -3, cap 2
3. Determinarea necesarului de agenți comerciali	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -3, cap 3

4. Managementul teritoriului și ameliorarea timpilor individuali	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 9 -3, cap 4
5. Stabilirea zonei teritoriale repartizate agenților comerciali	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -2, cap 9 -3, cap 5
6. Stabilirea ȋntelilor comerciale	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 10 -3, cap 6
7. Recrutarea și selecȋia personalului de vânzări	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 12 -3, cap 7
8. Instruirea și formarea profesională a agenților comerciali	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 3, -2, cap 13 -3, cap 8
9. Conducerea, supervizarea și motivarea forȋelor de vânzare	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 4, -2, cap 14, -2 cap 15, -2 cap 16 -3, cap 9
10. Evaluarea și controlul agenților comerciali	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 17 -3, cap 10
11. Dezvoltarea marketingului relaȋional	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5 -3, cap 11
12. Fidelizarea clienȋilor - principalul suport al marketingului relaȋional	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1, -2, cap 5 -3, cap 12
13. Interacȋiunea cumpărător-vânzător	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5 -3, cap 13
14. Managementul relaȋiilor cu clienȋii	Prezentare interactivă, expunere-dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 11 -3, cap 14

TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Teau, Anca, <i>Tehnici de vânzare</i>, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2009 2. Donaldson, Bill, <i>Managementul vânzărilor</i>, Editura Codecs, Bucuresti, 2001 3. Melinceanu, Anca - <i>Managementul vânzării relaționale. Suport de curs și seminar</i>. Platforma ARTIFEX (https://catalog.artifex.org.ro/), 2025			
Bibliografie suplimentară: 4. Blythe, Jim, <i>Managementul vânzărilor și al clienților cheie</i>, Editura Codecs, Bucuresti, 2005 5. Corcos, Marc, <i>Tehnici de vânzare eficiente</i>, Editura Polirom, Bucuresti, 2008. 6. Zaharia, Răzvan; Anca Cruceru, <i>Gestiunea forțelor de vânzare</i>, Editura Uranus, Bucuresti, 2002 7. Butunoiu, George, <i>Tehnici de vânzare</i>. Curs pentru agentii de vanzari, Editura All, Bucuresti, 1998. 8. Kotler, Philip, <i>Principiile marketingului</i>, Editura Teora, Bucuresti, 1998. 9. Qubein, Nido R., <i>Profesionist în vânzări</i>, Editura Curtea Veche, Bucuresti, 2006			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referinte bibliografice
1. Funcțiile managementului vânzărilor	Studiile de caz, discuțiile de grup, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1 -3, cap 1
2. Criterii de organizare structurală în activitatea de vânzare	Jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -3, cap 2
3. Metode de calcul al necesarului de agenți comerciali	Exercițiul, demonstrația, simulările.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -3, cap 3
4. Stabilirea rutelor	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 9 -3, cap 4
5. Repartizarea sarcinilor de muncă pe agenți comerciali	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 2, -2, cap 8 -2, cap 9 -3, cap 5
6. Teste grila recapitulative partea I – Strategia forței de vânzare	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 1, 2 -2, cap 8, 9 -3, cap 6

7. Fișa postului	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 12 -3, cap 7
8. Metode și instrumente de pregătire utilizate în formarea profesională a agenților comerciali	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 3, -2, cap 13 -3, cap 8
9. Stimularea forțelor de vânzare	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 4, -2, cap 14, -2 cap 15, -2 cap 16 -3, cap 9
10. Teste grila si studii de caz recapitulative partea a II-a Managementul personalului de vânzări	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1, cap 3, 4 -2, cap 13, 14, 15,16 -3, cap 10
11. Diada cumpărător-vânzător	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5 -3, cap 11
12. Strategii de retenție a clienților	Studiile de caz, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1, -2, cap 5 -3, cap 12
13. Metoda interacțiunilor	Studiu de caz	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 5 -3, cap 13
14. Teste recapitulative partea a III-a - Vânzarea relațională și interacțiunea cumpărător-vânzător	Exercițiul, demonstrația, realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -2, cap 1, -2, cap 5 -3, cap 14
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Anca Teau, *Tehnici de vânzare*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2009
2. Bill Donaldson, *Managementul vânzărilor*, Editura Codecs, Bucuresti, 2001
3. Anca Melinceanu, *Managementul vânzării relaționale. Suport de curs și seminar*. Platforma ARTIFEX (<https://catalog.artifex.org.ro/>), 2025

Bibliografie suplimentară:

4. Jim Blythe, *Managementul vânzărilor și al clienților-cheie*, Editura Codecs, Bucuresti, 2005.
5. Marc Corcos, *Tehnici de vânzare eficiente*, Editura Polirom, Bucuresti, 2008.
6. Răzvan Zaharia, Anca Cruțeru, *Gestiunea forțelor de vânzare*, Editura Uranus, Bucuresti, 2002.

7. George Butunoiu, *Tehnici de vânzare*. Curs pentru agentii de vanzari, Editura All, Bucuresti, 1998.
8. Philip Kotler, *Principiile marketingului*, Editura Teora, Bucuresti, 1998.
9. Nido R. Qubein, *Profesionist în vânzări*, Editura Curtea Veche, Bucuresti, 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 Mestesugărești – 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	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina Managementul vanzarii relationale; • 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 cadrul procesului de vanzare relationala; • coerența logică în analiză și argumentare pe parcursul etapelor procesului de vanzare relationala; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în cadrul proceselor de recrutare, selecție, instruire, motivare, conducere, supervizare și control al forțelor de vanzare; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în cadrul managementului relațiilor cu clienții; • 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.	Lucrare scrisă descriptivă	50%
10.5 Seminar/	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului	Testarea continuă pe	30 %

laborator	conceptual cu care operează disciplina Managementul vanzarii relationale; • 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 cadrul procesului de vanzare relationala; • coerența logică în analiză și argumentare pe parcursul etapelor procesului de vanzare relationala; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate in cadrul proceselor de recrutare, selectie, instruire, motivare, conducere, supervizare si control al fortelor de vanzare; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în cadrul managementului relațiilor cu clienții; • 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.	parcursul semestrului	
		Activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	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 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: 25.09.2025

Semnătura titularului de curs,

.....

Semnătura titularului de seminar,

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Semnătura directorului de departament,

.....

Responsabil program de studii,

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025

Semnătura Decan,

.....