FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituţia de învăţământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos" din Galaţi
1.2 Facultatea	Economie şi Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Licenţă
1.6 Programul de studii	Marketing

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	**Tehnici de vânzare**						
2.4 Anul de studiu	**II**	2.5 Semestrul	**I**	2.6 Tipul de evaluare	**V**	2.7 Regimul disciplinei	**Op**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităţilor didactice)					
3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învăţământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuţia fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					5
Examinări					10
Alte activităţi.....					
3.7 Total ore studiu individual	**44**				
3.8 Total ore pe semestru	**100**				
3. 9 Numărul de credite	**4**				

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	☐ Marketing, Cercetări de marketing, Comportamentul consumatorului
4.2 de competenţe	

5. Condiţii (acolo unde este cazul)	
5.1. de desfăşurare a cursului	
5.2. de desfăşurare a seminarului/laboratorului	

6. Competenţele specifice acumulate	
Competenţe profesionale	☐ Analiza şi evaluarea tehnicilor de vanzare si a instrumentelor specifice de comunicare ☐ Aplicarea tehnicilor de vanzare si a instrumentelor specifice de comunicare ☐ Explicarea tehnicilor de vanzare si a utilizarii instrumentelor specifice de comunicare ☐ Proiectarea programului de comunicare in vanzari ☐ Utilizarea tehnicilor de vanzare

Competenţe transversale	Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale şi identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuţie, a termenelor de realizare şi a riscurilor aferente; Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă pluridisciplinară şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi munca eficiente în cadrul echipei; Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaţionale şi a resurselor de comunicare şi formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicaţii software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât in limba româna, cât şi intr-o limbă de circulaţie internaţională;

7. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu noțiunile legate de procesul vanzarii la nivelul organizației
7.2 Obiectivele specifice	Evidențierea rolului tehnicilor de vanzare în procesul de marketing al organizației Evidențierea principalelor categorii de mijloace de vanzare Configurarea şi implementarea strategiilor de vanzare la nivelul organizației; Familiarizarea studenților cu principalele concepte şi principii ale tehnicilor de vanzare.

8. Conţinuturi		
8. 1 Curs	Metode de predare	Observaţii
Introducerea notiunii de "perceptia clientului"	Prelegere, dezbatere	
Procesul decizional al clientului	Prelegere, studii de caz	
Obiectivul individual de vanzare	Prelegere,	
Actiunea si angajamentul	Prelegere, dezbatere	
Atestarea credibilitatii	Prelegere, Joc de rol, proiect	
Obtinerea informatiilor	Prelegere, studiu de caz, dezbatere	
Ascultarea activa, principiile"tacerii de aur"	Prelegere, studiu de caz, dezbatere, brainstorming	
Oferirea de informatii	Prelegere, dezbatere	
Abordarea intalnirii din perspectiva unui parteneriat	Prelegere, studii de caz	
Obtinerea anagajamentului final	Prelegere,	
Diferenta dintre o obiectie si o problema de baza	Prelegere, dezbatere	
Evaluarea intalnirii de vanzare	Prelegere, Joc de rol, proiect	

Bibliografie
*** 12 pasi siguri de îmbunătățire a vânzărilor. În: Tribuna economică, 2005,
2. Adascalitei, Virgil. Tehnici comerciale moderne: marketingul spațiilor de vânzare. Bucuresti: Uranus, 2000,
3. Aradoaie, Mihaela. Cum pot fi accelerate vânzările. În: Tribuna economică, 2005, v. 16, nr. 11, p. 52-53,
4. Blanaru, Daniela. Intermediarii în comertul international. În: Revista de comert, 2006,
5. Boier, Rodica. Cum pot creste vânzările. În: Tribuna economică, 2006,
6. Boier, Rodica. Procesul de cumpărare si programul de stimulare avânzărilor. În: Revista de comert,
7. Butler, David. Dezvoltarea afacerii: strategia pentru mica întreprindere. Bucuresti: Bic All, 2005,
8. Butunoiu, George. Tehnici de vanzare: curs pentru agentii de vânzări. Bucuresti: All, 1998,
9. Buzan, Tony; Israel, Richard. Vânzare inteligentă. Bucuresti: Codecs, 1998,
10. Cooper, John; Lane, Peter. Practical marketing planning. Houndmills: Macmillan, 1997,
11. economică, 2005,

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observaţii
Activitatile si sarcinile vanzatorului profesionist	Dezbatere, studii de caz	
Vanzatorul activ versus vanzatorul pasiv	Dezbatere, studii de caz	
Procesul de cumparare - nevoi si motive de cumparare; procesul de luare a deciziilor	Expunere	
Servicii pentru clienti – principii de baza pentru succesul in vanzari; stadiile de satisfacere a clientilor; modalitati de management alasteptarilor clientilor	Atelier de creaţie, proiect	
Exercitii pentru dezvoltarea aptitudinilor de vanzare	Atelier de creaţie, proiect	

Bibliografie
1. Demirbec, Maifer Remzie. Modalități de a vinde mai mult. În: Tribuna economică, 2005,
2. Denny, Richard. Succesul în vânzări. Bucuresti: All Beck, 2003,
3. Donaldson, Bill. Managementul vânzărilor: teorie si practica. Bucuresti: Codecs, 2001,
4. Heiman, Stephen E.; Sanchez, Diane. The new strategic selling. London: Kogan Page, 2004,
5. Iftime, Silvia. Strategii de vânzare către distribuitori. În: Tribuna economică, 2006,
5. Iftime, Silvia. Tehnici de crestere a vâanzărilor de bunuri industriale. În: Tribuna economică, 2005,

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Cursul este conceput in conformitate cu prevederile standardelor ocupaționale (vezi CNFPA-Standarde ocupaționale) elaborate de practicieni.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezenţa la activitatea didactică (curs) Nivelul de cunoştinţe Capacitatea de analiză Argumentarea, expresivitatea Gradul de asimilare a limbajului de specialitate, capacitatea de comunicare	Observaţie sistemică, investigaţia	10%
		Evaluare scrisă	50%

10.5 Seminar/laborator	Prezenţa la activitatea didactică (seminar) Creativitatea Originalitatea Capacitatea de aplicare practică a cunoştinţelor învăţate Interesul pentru studiu individual	Observaţie sistemică, Proiect, Portofoliu de teme, Referate	20%
		Evaluare orală	20%
10.6 Standard minim de performanţă			
Definirea conceptelor de bază din cadrul disciplinei şi însuşirea noțiunilor şi cunoștințelor generale necesare aplicării metodelor/tehnicilor de vânzare			