

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “ Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrare a Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Managementul forței de vânzare</b>						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	<b>II</b>	2.5 Semestrul	<b>III</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>V</b>	2.7 Regimul disciplinei	<b>O</b>

### 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 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					39
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					34
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					39
Tutoriat					14
Examinări					7
Alte activități.....					
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	<b>133</b>				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	<b>175</b>				
<b>3. 10 Numărul de credite</b>	<b>7</b>				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Managementul resurselor umane</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>sală cu tabla, video-proiector/smartboard</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>sală cu tabla, video-proiector/smartboard</li> </ul>



## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>abilități de negociere cu reprezentanții altor organizații și de a coordona echipe de specialiști</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</li> <li>Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familiarizarea studenților cu limbajul specific managementului forțelor de vânzare și dezvoltarea abilităților studenților de a proiecta forța de vânzare prin stabilirea obiectivelor, structurii, mărimii și modului de recompensare a forței de vânzare</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formarea unei viziuni de ansamblu asupra managementului forței de vânzare ca o componentă în cadrul sistemului managerial al organizației;</li> <li>Furnizarea unei baze de cunoștințe privind utilizarea eficientă a forței de vânzare;</li> <li>Cunoașterea metodelor de planificare, recrutare, selecție și de evaluare a forței de vânzare;</li> <li>Dezvoltarea abilității de identificare a motivațiilor specifice agenților de vânzări;</li> <li>Dezvoltarea capacității de proiectare și implementare a unui sistem de evaluare a performanțelor și a unui sistem de recompensare a agenților de vânzări;</li> <li>Creșterea capacității managerilor de a îmbunătăți performanța echipei de vânzări</li> <li>Promovarea calităților atitudinale și aptitudinale specifice carierei de manager de vânzări</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Forța de vânzare imaginea firmei pe piață – 2 ore	Prelegere participativă, dezbateri	



2. Departamentul de vânzări. Responsabilitățile directorului de vânzări - 2ore	Prelegere participativă, dezbateri	
3. Tipuri de vânzări și vânzatori – 2 ore	Prelegere participativă	
4. Organizarea activității agenților de vânzări– 2 ore	Prelegere participativă, problematizare	
5. Profiluri de agenți de vânzări – 2 ore	Prelegere participativă, dezbateri	
6. Motivarea agenților de vânzări – 2 ore	Prelegere participativă	
7. Recrutarea și selecția agenților de vânzări – 2 ore	Prelegerea participativă, investigații independente	
8. Formarea specialiștilor în vânzări 2 ore	Prelegerea participativă, dezbateri	
9. Evaluarea performanțelor profesionale ale agenților de vânzări – 4 ore	Prelegere participativă, dezbateri	
10. Remunerarea agenților de vânzări – 4 ore	Prelegere participativă, problematizarea	
11. Controlul activității agenților de vânzări – 2 ore	Prelegere participativă, problematizare	
12. Problemă de etică în managementul forței de vânzare – 2 ore	Prelegerea participativă, dezbateri	
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler, Ph., Managementul marketingului, Editura Teora, 2004</li> <li>2. Pânișoară, Pânișoară, Motivarea eficientă. Ghid practic, Editura Polirom,</li> <li>3. Yves de Preville, Gestionarea forțelor de vânzare - ghid practic, Editura C.H.Beck, București, 2010</li> <li>4. West, M., Lucrul în echipă. Lecții practice, Editura Polirom, 2003</li> <li>5. Zaharia, R., Cruceru, A., Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Uranus, 2002, București</li> </ol>		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Importanța forței de vânzare. Stabilirea mărimii forței de vânzare prin metoda volumului de muncă necesar.	Dezbateri Exemplificare, Exercițiu	<b>2 ore</b>
2. Crearea, motivare și loializarea echipei de vânzări. Interviu de selecție. Test pentru evaluarea capacității de a lucra în echipă	Exercițiu. Exemplificare. Joc de rol	<b>2 ore</b>
3. Elaborarea și evaluarea programelor de evaluare de dezvoltare	Exemplificare. Exercițiu	<b>2 ore</b>
4. Evaluarea performanțelor profesionale a personalului de vânzări	Studiu de caz Exemplificare, Dezbateri	<b>2 ore</b>
5. Utilizarea metodelor moderne în evaluarea managerilor în vânzări:evaluarea 3600. Studiu de caz AVON.	Studiu de caz Dezbateri	<b>2 ore</b>
6. Documente utilizate în controlul activității agenților de vânzări	Exemplificare Exercițiu	<b>2 ore</b>
7. Codul de etică în vânzări. Elaborarea unui chestionar privind etica în vânzări	Exemplificare Exercițiu,	<b>2 ore</b>
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yves de Preville, Gestionarea forțelor de vânzare - ghid practic, Editura C.H.Beck, București, 2010</li> <li>2. West, M., Lucrul în echipă. Lecții practice, Editura Polirom, 2003</li> <li>3. Revista Biz</li> <li>4. Revista Cariere</li> </ol>		



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

- Competențele dobândite de către studenți la această disciplină le vor permite să execute cu succes sarcini profesionale complexe referitoare la managementul forței de vânzare, în condiții de autonomie și de independență.
- Disciplina oferă baza de cunoștințe necesare conducerii forței de vânzare în cadrul organizațiilor

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezența la activitatea didactică (curs) Nivelul de cunoștințe Capacitatea de analiză Argumentarea, expresivitatea Gradul de asimilare a limbajului de specialitate, capacitatea de comunicare	Observație sistemică, investigația	10%
		Evaluare scrisă	50%
10.5 Seminar/laborator	Prezența la activitatea didactică (seminar) Creativitatea Originalitatea Capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor învățate Interesul pentru studiu individual	Observație sistemică, Proiect, Portofoliu de teme, Referate	20%
		Evaluare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Să fie capabil să întocmească un plan al managementului forței de vânzare, să formuleze întrebări pentru interviul de selecție al agenților de vânzări.</li> </ul>			

