

## FIȘA DISCIPLINEI

|                                       |                                           |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>1. Date despre program</b>         |                                           |
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați |
| 1.2 Facultatea                        | Economie și Administrarea Afacerilor      |
| 1.3 Departamentul                     | Administrarea Afacerilor                  |
| 1.4 Domeniul de studii                | Marketing                                 |
| 1.5 Ciclul de studii                  | Licență                                   |
| 1.6 Programul de studii               | Marketing                                 |

|                                        |  |                                |               |  |    |                       |  |    |                         |  |    |
|----------------------------------------|--|--------------------------------|---------------|--|----|-----------------------|--|----|-------------------------|--|----|
| <b>2. Date despre disciplină</b>       |  |                                |               |  |    |                       |  |    |                         |  |    |
| 2.1 Denumirea disciplinei              |  | <b>Managementul vânzărilor</b> |               |  |    |                       |  |    |                         |  |    |
| 2.2 Titularul activităților de curs    |  |                                |               |  |    |                       |  |    |                         |  |    |
| 2.3 Titularul activităților de seminar |  |                                |               |  |    |                       |  |    |                         |  |    |
| 2.4 Anul de studiu                     |  | II                             | 2.5 Semestrul |  | II | 2.6 Tipul de evaluare |  | Ex | 2.7 Regimul disciplinei |  | Op |

|                                                                                                |    |                    |    |                       |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------------------|----|-----------------------|-----|
| <b>3. Timpul total estimat</b> (ore pe semestru al activităților 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 învățământ                                                         | 44 | din care: 3.5 curs | 22 | 3.6 seminar/laborator | 22  |
| Distribuția fondului de timp                                                                   |    |                    |    |                       | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                                    |    |                    |    |                       | 28  |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |    |                    |    |                       | 22  |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          |    |                    |    |                       | 11  |
| Tutoriat                                                                                       |    |                    |    |                       | 10  |
| Examinări                                                                                      |    |                    |    |                       | 10  |
| Alte activități.....                                                                           |    |                    |    |                       |     |
| <b>3.7 Total ore studiu individual</b>                                                         |    | <b>81</b>          |    |                       |     |
| <b>3.8 Total ore pe semestru</b>                                                               |    | <b>125</b>         |    |                       |     |
| <b>3.9 Numărul de credite</b>                                                                  |    | <b>5</b>           |    |                       |     |

|                                               |                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>4. Precondiții</b> (acolo unde este cazul) |                                                                                                                                                                  |
| 4.1 de curriculum                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Microeconomie, Management, Marketing, Matematică/Cercetări operaționale, Informatică, Limba engleză</li> </ul>            |
| 4.2 de competențe                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Însușirea cunoștințelor și abilităților cerute de disciplinele menționate la precondiții legate de curriculum.</li> </ul> |

|                                                 |                                                    |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>5. Condiții</b> (acolo unde este cazul)      |                                                    |
| 5.1. de desfășurare a cursului                  | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |



## 6. Competențele specifice acumulate

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Competențe profesionale</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea conceptelor de baza din managementul vânzărilor</li> <li>- Abordarea procesuală în managementul vânzărilor; planificarea strategica, stabilirea obiectivelor generale si specifice , monitorizarea continuă</li> <li>- Proiectarea sistemului de raportare în managementul vânzărilor</li> <li>- Coordonarea procesuală din perspectiva strategiei de brand, managementului relațiilor cu clienții si comunicării integrate de marketing</li> <li>- Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</li> <li>- Aplicarea tehnicilor de vânzări si a instrumentelor specifice de comunicare</li> <li>- Explicarea tehnicilor de vânzare si a utilizării instrumentelor specifice de comunicare</li> <li>- Proiectarea programului de comunicare în vânzări</li> <li>- Implementarea strategiilor de vânzări prin aplicarea tehnicilor și instrumentelor adaptate contextului de interacțiune digitală cu clienții</li> <li>- Proiectarea, selectarea și implementarea campaniilor de promovare a vânzărilor</li> <li>- Adoptarea de bune practici în managementul vânzărilor prin valorificarea rapoartelor din comunitățile de expertiză</li> </ul> |
| <b>Competențe transversale</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale și identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuție, a termenelor de realizare și a riscurilor aferente;</li> <li>• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficiente în cadrul echipei;</li> <li>• Identificarea oportunităților de formare continuă și utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională;</li> <li>• Competențe digitale</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

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

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Dobândirea competențelor de elaborare a strategiilor de vânzări și valorificare creativă a tehnicilor specifice de interacțiune cu clienții prin fructificarea avantajelor tehnologiei digitale.                                                                                                                                  |
| 7.2 Obiectivele specifice             | <p>Dobândirea cunoștințelor necesare pentru implementarea strategiilor , tehnicilor și instrumentelor specifice din managementul vânzărilor</p> <p>Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>-Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</p> |

## 8. Conținuturi

| 8. 1 Curs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Metode de predare                    | Observații |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------|
| <p>1. Managementul vânzărilor; concepte de baza</p> <p>2. Abordarea procesuală în managementului vânzărilor</p> <p>3. Coordonarea procesuală din perspectiva strategiei de brand, managementului relațiilor cu clienții si comunicării integrate de marketing</p> <p>4. Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>5. Aplicarea tehnicilor de vânzări și a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>6. Tehnici și instrumente de vânzări în contextul de interacțiune digitală cu clienții</p> | Prelegere, dezbatere, problematizare |            |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                   |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| <p>7. Proiectarea, selectarea și implementarea campaniilor de promovare a vânzărilor</p> <p>8. Adoptarea de bune practici în managementul vânzărilor prin valorificarea rapoartelor din comunitățile de expertiză</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                   |            |
| <p>Bibliografie:</p> <p>GianitaBleoju : Managementul aprovizionării și vânzărilor (2017); Suport de curs</p> <p>Ingram,N.H., LaFroge,R.W., Avila,R.A., SchwepkerJr,Ch. H., Williams, M.R., <b>Sales Management: Analysis and DecisionMaking 9th Edition</b> , 2015, Taylor&amp;Francis, ISBN-13: 978-0765644510 , ISBN-10: 9780765644510</p> <p>Johnston,M W, Marshall, G.W., <b>Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology</b> 12th Edition, Routledge 2016, ISBN-13: 978-1138951723 ,ISBN-10: 1138951722</p> |                                   |            |
| 8. 2 Seminar/laborator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Metode de predare                 | Observații |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpretarea rapoartelor in managementul vânzărilor</li> <li>2. Proiectarea programului de comunicare in vânzări</li> <li>3. Utilizarea tehnicilor de vânzări</li> <li>4. Vânzările complexe și serviciile post vânzare</li> <li>5. Managementul categoriei</li> <li>6. Sisteme de recomandare în marketing</li> <li>7. Roluri și responsabilități ale echipelor de vânzări</li> <li>8. Evaluarea performanței și motivarea personalului în vânzări</li> </ol>                      | Dezbateri, studii de caz, proiect |            |
| <p>Bibliografie:</p> <p>Ingram,N.H., LaFroge,R.W., Avila,R.A., SchwepkerJr,Ch. H., Williams, M.R., <b>Sales Management: Analysis and DecisionMaking 9th Edition</b> , 2015, Taylor&amp;Francis, ISBN-13: 978-0765644510 , ISBN-10: 9780765644510</p> <p>Johnston, M W, Marshall, G.W., <b>Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology</b> 12th Edition, Routledge 2016, ISBN-13: 978-1138951723 ,ISBN-10: 1138951722</p>                                                                                        |                                   |            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina reprezintă baza de acumulare a unor cunoștințe complementare necesare desăvârșirii formării profesionale în toate domeniile de calificare, prin adaptare și integrare rapidă și eficientă la cerințele angajatorilor.</li> <li>• Disciplina contribuie și la înlesnirea accesului absolvenților la cercetare aplicativă prin cultivarea muncii în echipe interdisciplinare, rețele de proiectare și consultanță, prin aportul la formarea competențelor profesionale și transversale apreciate pe piața muncii de către angajatori.</li> <li>• Angajatori: mediul instituțional public și privat local, național și european.</li> </ul> |

| 10. Evaluare           |                                                                   |                                                                                                     |                              |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Tip activitate         | 10.1 Criterii de evaluare                                         | 10.2 Metode de evaluare                                                                             | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs              | Înșușirea conceptelor fundamentale MV                             | Interactiv / Dezbateri orale pe teme de lucru predefinite sau la alegerea studentului<br>Test grilă | 50%                          |
|                        | Abordări metodologice comparate specifice                         |                                                                                                     |                              |
|                        | Proiectarea soluțiilor aplicabile MV                              |                                                                                                     |                              |
| 10.5 Seminar/laborator | Prezentarea proiectului de MV și evaluarea continuă a progresului | Implicare proactivă în grupele de proiect; monitorizarea progresului de                             | 50%                          |



|                                                                                                                             |                                                                                   |                                                                                                   |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                                                                                             | în demersul personalizat de<br>acumulare a cunoștințelor                          | achiziție de cunoștințe<br>Prezentarea proiectului și evaluarea<br>aplicabilității soluției de MV |  |
|                                                                                                                             | Asumarea rolului în echipa de<br>proiect și evaluarea contribuției<br>individuale |                                                                                                   |  |
| 10.6 Standard minim de performanță                                                                                          |                                                                                   |                                                                                                   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Test grilă, sinteza evaluării continue și susținere publică a proiectului</li> </ul> |                                                                                   |                                                                                                   |  |
|                                                                                                                             |                                                                                   |                                                                                                   |  |

