

TEHNICI DE VÂNZARE
1. Date despre disciplină/modul

Facultatea	Inginerie Economică și Business				
Departamentul	Teorie economică și Marketing				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	0414.1 Marketing și logistică				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
III (învățământ cu frecvență); IV (învățământ cu frecvență redusă);	6 7	E	D- disciplină de domeniu profesional	O - unitate de curs obligatorie	4

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/seminar	Teză anuală	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
120	30	30	-.	60	-
120	12	12	-.	96	-

3. Precondiții de acces la disciplină /modul

Conform planului de învățământ	Marketing, Cercetări de marketing, Bazele Logisticii, Logistica Stocurilor, Comportamentul consumatorului, Tehnici promoționale.
Conform competențelor	Abilități teoretice privind organizarea activității de marketing al întreprinderii.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator.
Laborator/seminar	Dialog activ cadru didactic-studenți în vederea însușirii materialului predat la orele de curs și a celui studiat independent de studenți.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP 3.Cercetarea comportamentului consumatorului</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cunoașterea aprofundată a conceptelor și metodelor de studiere al comportamentului consumatorului ✓ Explicarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului ✓ Identificarea și evaluarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului ✓ Aplicarea metodelor de studiere al comportamentului consumatorului ✓ Elaborarea studiului de sinteză al comportamentului de cumpărare și consum al consumatorului <p>CP 4.Elaborarea de politici și strategii de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definirea și explicarea politicilor și strategiilor de marketing ✓ Identificarea și descrierea submixului politicilor de marketing ✓ Analiza și utilizarea informațiilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing ✓ Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing. ✓ Elaborarea mix-ului de marketing. <p>CP 5.Organizarea și conducerea activităților logistice</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cunoașterea principalelor probleme, a conceptelor teoretice și soluțiilor practice din domeniul logisticii
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asimilarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare în domeniul logisticii ✓ Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specific logisticii ✓ Valorificarea și abordarea comparativă a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specifice activității de logistică ✓ Proiectarea unui program de organizare a proceselor logistice
--	--

Competențe transversale	<p>CT2. Formarea echipei și dezvoltarea spiritului de colaborare între membrii echipei.</p> <p>CT3. Învățare independentă, deschidere către formarea continuă și învățare pentru autorealizare.</p>
-------------------------	---

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Formarea abilităților de comunicare corectă cu diferiți parteneri de afaceri a viitorilor specialiști în domeniu și formarea abilităților de stabilire a obiectivelor de vânzare, a cotelor de piață, a asortimentului de produse, necesarului de personal și de echipamente.
Obiectivele specifice	<p>Să cunoască conceptul și dimensiunile pieței de desfacere.</p> <p>Să cunoască metodele de vânzare.</p> <p>Să cunoască procesul de elaborare a planului și a strategiei al vânzării.</p> <p>Să fie în stare să selecteze, motiveze și să creeze condiții de muncă a personalului din vânzări</p> <p>Să înțeleagă necesitatea de a crea un climat favorabil în colectiv.</p>

7. Conținutul disciplinei/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica cursurilor		
T1 Conșiderații generale privind vânzările	2	1
T2 Teorii despre cumparare și vânzare	4	2
T3 Interacțiunea cumpărător-vânzător	2	1
T4 Caracteristicile agenților de vânzări	4	1
T5 Opțiuni de organizare a personalului de vânzări	4	1
T6 Prognozele și bugetele de vânzări.	4	1
T7 Managementul teritoriului și stabilirea tintelor comerciale.	4	2
T8. Recrutarea, selecția și instruirea personalului de vânzare.	2	1
T9. Motivarea și remunerarea agenților de vânzări	2	1
T10. Evaluarea și controlul activității comerciale.	2	1
Total curs:	30	12

Tematica seminarelor		
S1 Conșiderații generale privind vânzările	2	1
S2 Teorii despre cumparare și vânzare	4	1
S3 Interacțiunea cumpărător-vânzător	2	1
S4 Caracteristicile agenților de vânzări	4	1
S5 Opțiuni de organizare a personalului de vânzări	4	2
S6 Prognozele și bugetele de vânzări.	4	2
S7 Managementul teritoriului și stabilirea tintelor comerciale.	4	1
S8. Recrutarea, selecția și instruirea personalului de vânzare.	2	1
S9. Motivarea și remunerarea agenților de vânzări	2	1
S10. Evaluarea și controlul activității comerciale.	2	1
Total lucrări de laborator/seminare:	30	12

8. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Avădăni P. “ Marketing prin Catalog “,București 2009. 121 pag.; 2. Butunoiu G., Tehnici de vânzare, All Educațional, Bcucurești, 2005; 3. Donaldson Bill, Managementul vânzărilor. Teorie și practica. Ed Codecs, 2001 4. Roșca Gh. Comerț electronic: concepte, tehnologii, aplicații, . - Bucuresti : Editura Economica, 2004 5. Ristea, Ana Lucia. A fi sau a nu fi comerciant / A. L. Ristea, V. Ioan-Franc, C. Tudose. - Bucuresti : Editura didactica si pedagogica, 1996. - 154 p. 6. Societatile comerciale : Organizarea, functionarea, raspunderea / Corneliu Birsan, Alexandru Ticlea, Vasile Dobrinou, Mircea Toma. - Bucuresti : Sansa, 1993. - 464 p.. 7. Ребрик, Сергей. Тренинг профессиональных продаж / Сергей Ребрик. - Москва : Эксмо, 2004. - 230 p. 8. http://moodle.utm.md/course/view.php?id=2069
Suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Philip, Principiile marketingului, - București, Teora, 2008 2. Kotler, Philip, <u>Marketing lateral: Noi tehnici pentru descoperirea ideilor de succes</u>, - București, Codecs, 2004 3. Ioan-Franc, Valeriu, <u>Marketing: Crestomatie de termeni si concepte</u>, -București, Expert 2004 4. Harnau, Silvia. Marketing : Ghid pentru antreprenori, instructori si consultanti, Proiectul BIZPRO-Moldova ; USAID. - Chisinau, 2003. 5. Hlaciuc, Elena. Marketing modern: Concepte, tehnici, strategii, . - Iasi : Polirom, 2000 6. Pelău Corina, <u>Marketing-controlling: Masurarea performantei in marketing / Corina Pelau</u>, București, Editura economică, 2009 7. Крылова, Галина, <u>Маркетинг: Теория и 86 ситуаций : учебник для вузов</u>, Москва, ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

9. Evaluare

Forma de învățământ	Periodică		Curentă	Lucrul Individual	Examen final
	EP 1	EP 2			
Cu frecvență	15%	15%	15%	35%	40%
Cu frecvență Redusă	25%			25%	50%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri și seminare; Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări și evaluarea curentă; Obținerea notei minime de „5” la teza de an; Demonstrarea în lucrarea de examinare finală a cunoașterii aspectelor privind comportamentul consumatorului.					