

TEHNICI DE VÂNZARE

1. Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Inginerie Economică și Business				
Catedra/departamentul	Teoria 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);	VI	E	D – Disciplină de domeniu profesional	O – unitate de curs obligatorie	4
IV (Învățământ fără frecvență)	VII	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	Seminar/Practice	Studiul materialului teoretic	Rezolvare aplicații practice	Proiect de an
120	30	30	60	-	-
120	24	12	12		

3. Precondiții de acces la unitatea de curs/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, calculator, tablă, cretă și alte materiale (ziare, standarde etc.)
Seminar/Practice	Studentii se vor pregăti de seminare conform curriculum-ului și vor lucra în grup și individual. Vor expune, vor analiza studiile de caz, vor rezolva probleme conform condițiilor impuse de lucrarea metodică pentru a îmbogăți materialul teoretic predat la curs cu informații suplimentare.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 3.Cercetarea comportamentului consumatorului C3.1. Cunoașterea aprofundată a conceptelor și metodelor de studiere al comportamentului consumatorului C3.2. Explicarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului C3.3. Identificarea și evaluarea factorilor de influență asupra comportamentului
-------------------------	--

	consumatorului C3.4. Aplicarea metodelor de studiere al comportamentului consumatorului C3.5. Elaborarea studiului de sinteză al comportamentului de cumpărare și consum al consumatorului
Competențe profesionale	CP 4. Elaborarea de politici și strategii de marketing C4.1 Definirea și explicarea politicilor și strategiilor de marketing; C4.2 Identificarea și descrierea submixului politicilor de marketing; C4.3 Analiza și utilizarea informațiilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing; C4.4 Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing; C4.5 Elaborarea mix-ului de marketing;
Competențe profesionale	CP 5. Organizarea și conducerea activităților logistice C5.1 Cunoașterea principalelor probleme, a conceptelor teoretice și soluțiilor practice din domeniul logisticii C5.2 Asimilarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare în domeniul logisticii C5.3 Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specific logisticii C5.4 Valorificarea și abordarea comparativă a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specifice activității de logistică C5.5 Proiectarea unui program de organizare a proceselor logistice

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Formarea abilităților de elaborare a acțiunilor și strategiilor de comercializare a produselor fabricate.
- Obiectivele specifice	<i>Să cunoască:</i> conceptul și dimensiunile procesului de vânzare precum și metodele de stabilire a necesarului personal, al unităților comerciale; al echipamentului comercial necesar pentru a realiza obiectivele economico-comerciale stabilite de companiile comerciale; elaborarea politicii de preț, politicii de comunicare, a politicii de distribuție orientate către consumatorii efectivi și cei potențiali. - .

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica prelegerilor		
TEHNICI DE VÂNZARE		
T1 Considerații generale privind vânzările	2	1
T2 Teorii despre cumpărare 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 activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redușă
Tematica seminarelor		
TEHNICI DEȘ VÂNZARE		
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 Prognosticele 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 seminare	30	12

8. Referințe bibliografice

Principale	1. Avădăni P. “ Marketing prin Catalog “,București 2009.; 2. Butunoiu G., Tehnici de vânzare, All Educațional, Bcurești, 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.. 6. Societatile comerciale : Organizarea, functionarea, raspunderea / Corneliu Birsan, Alexandru Ticlea, Vasile Dobrinioiu, Mircea Toma. - Bucuresti : Sansa, 1993.. 7. Ребрик, Сергей. Тренинг профессиональных продаж / Сергей Ребрик. - Москва: Эксмо, 2004.
Suplimentare	8. Kotler, Philip, Principiile marketingului, - București, Teora, 2008 9. Kotler, Philip, <u>Marketing lateral: Noi tehnici pentru descoperirea ideilor de succes</u>, - București, Codecs, 2004 10. Ioan-Franc, Valeriu, <u>Marketing: Crestomatie de termeni si concepte</u>, -București, Expert 2004 11. Harnau, Silvia. Marketing : Ghid pentru antreprenori, instructori si consultanti, Proiectul BIZPRO-Moldova ; USAID. - Chisinau, 2003. 12. Hlaciuc, Elena. Marketing modern: Concepte, tehnici, strategii, . - Iasi : Polirom, 2000 13. Pelău Corina, <u>Marketing-controlling: Masurarea performantei in marketing</u> / Corina Pelau, București, Editura economică, 2009

9. Evaluare

Forma de învățământ	Periodică		Curentă	Lucrul individual	Examen final
	Atestarea 1	Atestarea 2			
Cu frecvență	15%	15%	15%	15%	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; Obținerea notei minime de „5” la evaluarea curentă și lucrul individual; Demonstrarea în lucrarea de examinare finală a cunoașterii obiectivelor specifice ale unității de curs					