

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea "Petre Andrei" din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Economie</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclu de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Marketing</i>

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Tehnici de vânzare</i>						
2.2 Titularul activităților de curs	<i>Prof. univ. dr. Cristina Maria STOICA</i>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Prof. univ. dr. Cristina Maria STOICA</i>						
2.4 Anul de studiu	<b>III</b>	2.5 Semestrul	<b>VI</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>E.</b>	2.7 Regimul disciplinei	<b>OPT.</b>

## 3. Timpul total estimat (ore pe semestru) al activităților didactice

3.1 Număr de ore pe săptămână	<b>4</b>	din care: 3.2 curs	<b>2</b>	3.3 seminar / laborator	<b>2</b>	
3.4 Total ore din planul de învățământ	<b>48</b>	din care: 3.5 curs	<b>24</b>	3.6 seminar / laborator	<b>24</b>	
3.7 Distribuția fondului de timp						
Participare la orele de curs și seminar						<b>48</b>
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe						18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						18
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						12
Tutoriat						2
Examinări						2
Alte activități						-
3.8 Total ore studiu individual						<b>52</b>
3.9 Total ore pe semestru						<b>100</b>
3.10 Numărul de credite						<b>4</b>

## 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing
4.2 De competențe	Comportamentul consumatorului

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prelegerile se desfășoară fizic și online, utilizând suport de curs, articole, statistice, standarde ale calității, reglementări normative, prezentare PPT, laptop, resurse Internet etc.
5.2. de desfășurare a seminarului	Prelegerile se desfășoară fizic, în sistem clasic utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs pentru cursul prezentat și online, folosindu-se fișe de lucru, portofolii; proiecte (individuale sau de grup); eseu; studiu de caz; resurse Internet etc.

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p><b>C1.5</b> Proiectarea unui studiu de marketing</p> <p><b>C5.1</b> Definirea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p><b>C5.2</b> Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare</p> <p><b>C5.3</b> Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p><b>C5.4</b> Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare</p>
<b>Competențe transversale</b>	<p><b>CT2</b> Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să ofere informații și să creeze contextul de învățare necesare pentru instalarea deprinderilor de bază specifice domeniului vânzărilor.
7.2 Obiectivele specifice	<p>La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faciliteze înțelegerea și asumarea terminologiei, a conceptelor și a bunelor practici necesare relațiilor cu clienții.</li> <li>2. Sporească capacitățile de a identifica potențialii clienți, de a le înțelege nevoile și de a le vinde soluții cu rol de valoare adăugată.</li> <li>3. Dezvolte capacitatea de a corela caracteristicile produsului/serviciului oferit cu beneficiile pentru client.</li> <li>4. Sporească capacitatea de argumentare prin aplicarea instrumentelor NLP.</li> <li>5. Pună în valoare capacitatea de a construi relații umane win-win și de a lucra în echipă.</li> <li>6. Faciliteze asumarea unei conduite profesionale marcată de integritate, onestitate și responsabilitate în domeniul vânzărilor.</li> </ol>

## 8. Conținuturi

<b>8.1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie) – 24 ore</b>	Metode de predare
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Localizarea, dimensionarea și profilarea judicioasă a punctelor de vânzare - 1 oră</li> <li>2. Metode de determinare a ariei de atracție a unui punct de vânzare - 1 oră</li> <li>3. Analiza amplasamentului unui punct de vânzare - 1 oră</li> <li>4. Designul interior și exterior al punctelor de vânzare - 1 oră</li> <li>5. Structurarea punctelor de vânzare - 1 oră</li> <li>6. Echipamentul comercial, stabilirea fluxurilor de circulație a clienților, implantarea punctelor de vânzare, prezentarea mărfurilor - 1 oră</li> <li>7. Poziționarea locurilor de intrare - ieșire în /și din magazin - 1 oră</li> <li>8. Tipuri clasice de amplasare a grupelor de produse - 1 oră</li> <li>9. Forme de vânzare și sisteme de decontare a cumpărăturilor - 1 oră</li> <li>10. Vânzarea prin reprezentant - 1 oră</li> <li>11. Vânzarea directă la domiciliu - 1 oră</li> <li>12. Vânzarea prin puncte mobile de vânzare - 1 oră</li> <li>13. Vânzarea la stand - 1 oră</li> <li>14. Vânzarea prin telefon - 1 oră</li> <li>15. Vânzările impersonale - 1 oră</li> <li>16. Vânzarea prin automate comerciale - 1 oră</li> <li>17. Vânzarea la distanță - 1 oră</li> <li>18. Vânzarea prin corespondență - 1 oră</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prelegere</li> <li>• Dezbateri</li> <li>• Expunere</li> <li>• Curs interactiv,</li> <li>• Demonstrație</li> </ul>

<p>19. Tehnici de vânzare pentru a răspunde eficient obiecțiilor - 1 oră  20. Tehnicile de vânzare ADOR și AIDA - 1 oră  21. Vânzarea către potențialii clienți - 1 oră - online  22. Tehnici de vânzare către un client dificil. Modalități de înfruntare a temerilor clienților - 1 oră - online  23. Tehnica “mystery shopping” - 1 oră - online  24. Tehnici în vânzări pentru a câștiga bunăvoința unui client - 1 oră - online</p>	
<p><b>Bibliografie:</b>  a) <b>referințe principale (bibliografie minimală):</b>  <b>Bibliografie</b>  <b>Referințe principale:</b>  1. Bălășescu Marius, <i>Tehnici de vânzare</i>, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2011  2. Corcoș Marc, <i>Tehnici de vânzare eficiente</i>, Editura Polirom, Iași, 2008  3. Radici – Drăghișescu, Iulian, <i>Tehnici de vânzări</i>, Editura Media Mix, București, 2013  4. Stoica Cristina Maria, <i>Tehnici de vânzare</i>, suport curs în format electronic, 2023  5. Ziglar, Zig – <i>Arta vânzării</i>, Editura Amaltea, București, 2006</p>	
<p><b>8. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie) – 24 ore</b></p> <p>Conceperea unui scenariu al unei vânzări - 1 oră  Scrisori de vânzare eficiente - 2 ore  Conceperea unei strategii de preț - esențială în succesul vânzărilor pe internet -2 ore  Simulare: Ascultarea activă și formulare a întrebărilor - 2 ore  Simulare: Vânzări simulate -1 oră  Simulare: Vânzarea prin reprezentant -1 oră  Simulare: Vânzarea directă la domiciliu - 1 oră  Simulare: Vânzarea prin puncte mobile de vânzare - 1 oră  Simulare: Vânzarea la stand - 1 oră  Simulare: Vânzarea prin telefon - 1 oră  Simulare: Vânzările impersonale - 1 oră  Simulare: Vânzarea prin automate comerciale - 1 oră  Simulare: Vânzarea la distanță - 1 oră  Simulare: Vânzarea prin corespondență - 1 oră  Simulare: Tehnici de vânzare pentru a răspunde eficient obiecțiilor - 1 oră  Simulare: Vânzarea către potențialii clienți - 1 oră  Simulare: Tehnici de vânzare către un client dificil. Modalități de înfruntare a temerilor clienților - 1 oră  Simulare Tehnica „mystery shopping” - 2 ore - online  Tehnici în vânzări pentru a câștiga bunăvoința unui client - 2 ore - online</p>	<p>Metode de predare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicații practice</li> <li>• Expunere liberă, exerciții, joc de rol</li> <li>• Joc de rol</li> <li>• Expunere liberă, demonstrație, joc de rol</li> </ul>
<p><b>Bibliografie:</b>  a) <b>referințe principale (bibliografie minimală):</b>  <b>Bibliografie</b>  1. Stoica Cristina Maria, <i>Tehnici de vânzare</i>, suport curs în format electronic, 2023  2. Dugdale, Keith; Lambert, David (2007) – <i>Cum să vinzi inteligent. Strategii de viitor pentru clienți mulțumiți</i>, Curtea Veche Publishing, București, 2014  3. Hopkins, Tom - <i>Vânzarea pe timp de criză. Cum să vinzi atunci când nimeni nu cumpără</i>, Editura BusinessTech, 2014</p>	

**9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

Conținutul și maniera de abordare a cursului și a seminariilor urmează modelul trainingurilor de profil, consacrate în companiile ce investesc în programele de pregătire a forței de vânzare.

## 10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea metodelor, procedeele și tehnicilor specifice tehnicilor de vânzări. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice tehnicilor promoționale și interpretarea informațiilor privind tehnicile de vânzări Test final – 10%	Examen scris Teme și teste pe parcurs	60%
10.5 Seminar	Prezența, jocul de rol, argumentația, puterea de negociere, utilizarea cunoștințelor din tematica disciplinei, punctualitatea, lucrul în echipă.	Teste, exerciții, vânzări simulate proiect	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Demonstrarea însușirii și stăpânirii unui minim de noțiuni, cunoștințe teoretice și practice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor și seminariilor: 1 tehnică de evitare a dezacordurilor cu clientul. 2 Formularea a minimum 3 întrebări de vânzare 3 tehnici de tratare a obiecțiilor. 4 tehnică de formulare a întrebărilor de închidere a vânzării			

Data completării: 22.09.2023

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 28.09.2023

Semnătura Directorului de Departament