

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Drept, Economie, Științe Politice și Administrative</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Marketing</i>

2. Date despre disciplină

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

* Examen / Colocviu / Proiect

** Obligatoriu / Opțional / Facultativ

3. Timpul total estimat (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	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar / laborator	24
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
3.7.1. Participare la orele de curs și seminar / lucrări practice / practică de specialitate*					48
3.7.2. Examinări*					2
3.7.3. Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					23
3.7.4. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					17
3.7.5. Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
3.7.6. Consultații					2
3.8 Total ore studiu individual**					50
3.9 Total ore pe semestru***					100
3.10 Numărul de credite					4

* Activitățile din categoriile 3.7.1. și 3.7.2. fac parte din orele didactice.

** Orele de studiu individual cuprind activitățile din categoriile: 3.7.3., 3.7.4., 3.7.5. și 3.7.6.

Notă: Se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice.

*** Totalul orelor pe semestru rezultă din înmulțirea numărului de credite alocate disciplinei cu 25 ore / credit.

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De rezultate ale învățării	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Prelegerile se desfășoară fizic și online
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 fișiere de lucru elaborate în Word, Excel sau PowerPoint

6. Obiectivul general al disciplinei

Familiarizarea cu modul de funcționare al pieței muncii în România și în țările membre ale Uniunii Europene și familiarizarea studenților cu operațiunile specifice gestiunii forței de vânzare

2.7. Tipologia forțelor de vânzare 2.8. Tipologia agenților de vânzare		
Tema 3. Recrutarea, selectarea și angajarea forțelor de vânzare 3.1. sursele de recrutare a personalului de vânzare 3.2. etapele procesului de recrutare, selecție și angajare 3.2.1. determinarea mărimii forței vânzare 3.2.2. recrutarea candidaților 3.2.3. selecția candidaților 3.2.4. angajarea personalului 3.3. Măsuri pentru fidelizarea agenților de vânzări		6 ore
Tema 4. Instruirea, formarea și perfecționarea profesională a forțelor de vânzare 4.1. Importanța și rolul formării profesionale a agenților comerciali 4.2. Programarea procesului de formare a agenților comerciali 4.3. Metode și instrumente de pregătire utilizate în formarea profesională a agenților comerciali		4 ore
Tema 5 Sursele de recrutare, selecția candidaților, angajarea personalului		2 ore
Tema 6 Măsuri pentru fidelizarea agenților de vânzări		2 ore
Tema 7 Instruirea, formarea și perfecționarea profesională a forțelor de vânzare		2 ore
Bibliografie: 1. Brutu M., <i>Managementul vânzărilor</i> , Editura Sitech, Craiova, 2009 2. Brutu M., <i>Tehnici de vânzări</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 3. Ungureanu Emilia, <i>Piața muncii în context european</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2015 4. Vasile Valentina, Zaman Gheorghe, <i>Migrația forței de muncă și dezvoltarea durabilă a României</i> , Editura Expert, București, 2015 5. Mihai D., Brutu M., <i>Management – Fundamente teoretice</i> . Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 6. Florescu Daniela, <i>Politici de promovare și prezentare ale produselor și serviciilor</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2008 7. Epure Dănuț, <i>Promovarea firmei</i> , Editura Muntenia, Constanța, 2016 8. Stoica Cristina Maria, <i>Gestiunea forțelor de vânzare - suport de curs</i> , 2026		
9. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (24 ore)
1. Asemănări și deosebiri între vânzătorul clasic și agentul de vânzări	• Exemple	2 ore
2. Etapele procesului de recrutare, selecție și angajare	• Studiu de caz	2 ore
3. Metode și instrumente de pregătire utilizate în formarea profesională a agenților comerciali		2 ore
4. Organizarea activității forțelor de vânzare		2 ore
5. Remunerarea forței de vânzare		2 ore
6. PROIECTE		14 ore
I. Stabilirea postului – vânzător		
II. Prezentare organigramă companie		
III. Fișa postului		
IV. Prezențați un anunț de angajare pentru postul de vânzător ales.		
V. Prezențați o listă de întrebări pe care le veți adresa candidatului.		
VI. Prezențați pachetul salarial + bonusuri		
VII. Prezențați modalitățile de motivare		
VIII. Descrieți modalitățile de sancționare a vânzătorilor în cazul nerespectării / nerealizării sarcinilor atribuite.		
IX. Descrieți modalitățile de fidelizare a fortei de vânzare		

Bibliografie:

1. Avrămescu Tiberiu, *Piața muncii în context european*, Editura Sitech, Craiova, 2012
2. Ungureanu Emilia, *Piața muncii în context european*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005
3. Zaharia Răzvan, *Gestiunea forțelor de vânzare*, Editura ASE, București, 2011
4. Stoica Cristina Maria, *Dezvoltarea resurselor umane*, Editura Tehnopress, Iași, 2012
5. Stoica Cristina Maria, *Gestiunea forțelor de vânzare - suport de curs*, 2026

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	- Corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - Coerența logică; - Gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Examen scris	60%
10.5 Seminar	- Participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - Gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectului; - Corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - Coerența logică; - Gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog; - Prezentarea orală a proiectului;	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Obținerea notei de minim 5 (cinci) la examenul scris și a mediei finale de minim 5 (cinci) care rezultă prin adunarea notei de la examenul scris (ponderată cu 60%) cu nota de la seminar (ponderată cu 40%).			

Data completării: 23.09.2026

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 29.09.2026

Semnătura Directorului de Departament