

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>Managementul vânzărilor</i>				
<i>Managementul vânzărilor</i>	<i>Prof. univ. dr. STOICA Cristina Maria</i>				
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Prof. univ. dr. STOICA Cristina Maria</i>				
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	V	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	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
3.7.1. Participare la orele de curs și seminar / lucrări practice / practică de specialitate*					56
3.7.2. Examinări*					2
3.7.3. Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					15
3.7.4. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
3.7.5. Pregătire seminar / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
3.7.6. Consultații					2
3.8 Total ore studiu individual**					42
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	Management comercial
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 principalele noțiuni privind conceptul de managementul vânzărilor și înțelegerea metodelor, tehnicilor și strategiilor de management al vânzărilor
--

7. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul va fi capabil să: 1. explice conceptele, principiile și rolul managementului vânzărilor în cadrul strategiei de marketing a organizației. 2. descrie procesele de planificare, organizare, coordonare și control ale activității de vânzări. 3. identifice structurile forței de vânzări și criteriile de organizare a acesteia. 4. cunoască metodele de stabilire a obiectivelor, bugetelor și previziunilor de vânzări. 5. înțeleagă rolul leadershipului, motivării și evaluării performanței în managementul echipelor de vânzări.
Aptitudini	Studentul va fi capabil să: 1. elaboreze planuri de vânzări corelate cu obiectivele de marketing ale organizației. 2. analizeze performanța forței de vânzări utilizând indicatori specifici. 3. aplice tehnici de motivare, coordonare și evaluare a echipelor de vânzări. 4. utilizeze instrumente moderne de management al vânzărilor (CRM, rapoarte, dashboard-uri). 5. formuleze soluții manageriale pentru optimizarea proceselor de vânzare în contexte competitive.
Responsabilitate și autonomie	Studentul va demonstra capacitatea de a: 1. asuma responsabilități manageriale în organizarea și coordonarea activității de vânzări. 2. lucra autonom în luarea deciziilor specifice managementului vânzărilor. 3. colabora eficient cu alte departamente (marketing, logistică, financiar) pentru atingerea obiectivelor comune. 4. respecta principiile etice și legale în managementul relațiilor comerciale. 5. evalua critic deciziile manageriale și de a manifesta deschidere față de perfecționarea profesională continuă.

8. Metode de predare

Prelegerea interactivă; învățarea prin proiect; studiul de caz; brainstorming și tehnici creative; dezbateri și discuții dirijate; simulări și jocuri de rol; învățarea asistată de platforme digitale.

9. Conținuturi

9. 1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (28 ore)
1. Sistemul de management al vânzărilor	• Dezbateri tematică • Expunere	2 ore
2. Îmbunătățirea proceselor de vânzare	• Prelegere • Dezbateri tematică	2 ore
3. Managementul performanței vânzărilor	• Prelegere • Exemple	2 ore
4. Managementul complet al stimulentei și bonusurilor de vânzări	• Prelegere • Curs interactiv	2 ore
5. Strategia de gestionare a vânzărilor	• Prelegere • Curs interactiv	2 ore
6. Bugetul activității de vânzare	• Prelegere • Curs interactiv	2 ore
7. Managementul resurselor umane în vânzări 7.1. Criterii de performanță pentru evaluarea managerului de vânzări	• Prelegere • Curs interactiv • Exemple	4 ore

7.2. Instruirea, formarea și perfecționarea profesională a forțelor de vânzare 7.3. Programarea procesului de formare a forței de vânzare 7.4 Strategii motivaționale		
8. Managerul de vânzări	• Prelegere • Curs interactiv	2 ore
9. Controlul activității de vânzare	• Prelegere • Curs interactiv	2 ore
10. Managementul echipei de vânzări	• Prelegere • Curs interactiv	3 ore
11. Organizarea Departamentului de customer service 11.1. Tipuri de organizare a compartimentului forțelor de vânzare 11.2. Modalități de creștere a eficienței departamentului de vânzări (2 ore online)	• Prelegere • Curs interactiv • Exemple	3 ore
12. Etica în managementul vânzărilor (online)	• Curs interactiv • Exemple	2 ore
Bibliografie: 1. Blyte Jim, <i>Managementul vânzărilor și al clienților cheie</i> , Editura Codecs, București, 2015 2. Găvrus Cristina, <i>Managementul vânzărilor</i> , Editura Universității Transilvania, Brașov, 2015 3. Maței Marius, <i>Activitatea de vânzare de la A la Z</i> , Editura Napoca Star, Cluj Napoca, 2015 4. Stoica Cristina Maria, <i>Managementul vânzărilor - suport de curs</i> , 2026		
9. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (28 ore)
1. Exemple privind sistemul de management al vânzărilor	• Exemple	2 ore
2. Aplicații privind managementul performanței vânzărilor	• Exemple • Studiu de caz	2 ore
3. Aplicații privind managementul complet al stimulentei și bonusurilor de vânzări	• Exemple • Studiu de caz	2 ore
4. Aplicații privind strategia de gestionare a vânzărilor	• Exemple • Studiu de caz	3 ore
5. Aplicații bugetul activității de vânzare	• Exemple • Studiu de caz	2 ore
6. Aplicații privind managementul resurselor umane în vânzări Exemple de criterii de performanță pentru evaluarea managerului de vânzări Exemple de metode de instruire, formare și perfecționare profesională a forțelor de vânzare Exemple de metode și softuri utilizate în programarea procesului de formare a forței de vânzare Exemple de strategii motivaționale	• Exemple • Studiu de caz	7 ore
7. Aplicații privind modalități de realizare a activității de control a activității de vânzare	• Exemple • Studiu de caz	2 ore
8. Aplicații privind Managementul echipei de vânzări	• Exemple • Studiu de caz	2 ore
9. Aplicații privind Organizarea Departamentului de customer service Tipuri de organizare a compartimentului forțelor de vânzare Modalități de creștere a eficienței departamentului de vânzări (2 ore online)	• Exemple • Studiu de caz	4 ore
10. Aplicații privind Etica în managementul vânzărilor (online)	• Exemple • Studiu de caz	2 ore
Bibliografie: 1. Stoica Cristina Maria, <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2011		

2. Stoica Cristina Maria, *Dezvoltarea resurselor umane*, Editura Tehnopress, Iași, 2012
3. Stoica Cristina Maria, *Managementul vânzărilor* - 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. Evaluare sumativă (Examen / Colocviu / Proiect)	• Note întregi de la 1 la 10	• Examen scris	70%
10.5 Evaluare continuă (pe parcursul seminarelor / laboratoarelor etc.)	• Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de seminar.	• Frecvență, calitatea interacțiunii, studiu de caz, proiecte	30%
10.6 Condiții de promovare			
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 70%) cu nota de la seminar (ponderată cu 30%).			

Data completării: 23.09.2026

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 29.09.2026

Semnătura Directorului de Departament