

MD-2045, CHIȘINĂU, STR. STUDENȚILOR 9, TEL: 022 -50-99-40: 022 50-99-30, www.utm.md
Managementul Vânzărilor a Produselor Industriei Constructoare de Mașini
1. Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Inginerie Mecanică, Industrială și Transporturi (FIMIT)				
Catedra/departamentul	Inginerie și Management Industrial				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	521.8.1 - Inginerie și Management în Construcția de Mașini				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
IV (învățământ cu frecvență); V (învățământ cu frecvență redusă)	VII; IX	E	S – unitate de curs de specialitate	O - unitate de curs obligatorie	6

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/seminar	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
Zi 180/ fr 180	45/18	45/14		80/60	100/120

3. Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ	Marketing strategic, Marketing produselor industriei constructoare de mașini, produse ale industriei constructoare de mașini, managementul resurselor umane, drept economic; metode economico matematice, sisteme aplicate de analiza a activității economice.
Conform competențelor	Cunoașterea noțiunii de venit, profit, cost de producere, proces de producere, venit marginal, utilitate marginala.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de tablă, proiector ecran. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul cursului.
Laborator/seminar	Studenții vor perfecta un portofoliu care vor conține studiile de caz și problemele oferite pe parcursul semestrului. Fiecare având probleme individuale oferite de profesor.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CPL1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing
	CPL5. Utilizarea termicilor de vânzare în relația cu clienții întreprinderii.
	CPL6. Organizarea activităților de marketing.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Dobândirea de cunoștințe cu privire la managementul echipei de vânzare și a procesului de vânzare;
Obiectivele specifice	• Însușirea cunoștințelor referitoare la gestiunea și managementul echipei de vânzare;

	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea etapelor procesului de vânzare, metodele și tehnicile prin care se culeg informații despre client și se proiectează o strategie de abordare a clienților; • Cunoașterea metodelor și tehnicilor de prezentare a produselor, de argumentare și de încheiere a vânzării; • Executarea unor activități specifice în domeniul vânzărilor în calitate de reprezentant de vânzări, agent de distribuție, comisionar, consultant în vânzări; • Înțelegerea implicațiilor conceptelor și proceselor abordate în cadrul disciplinei asupra practicii de marketing; • Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare; • Proiectarea programului de vânzare personală.
--	---

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica prelegerilor		
T1. Managementul vânzărilor: elemente definitorii; componente.	4	2
T2. Obiectivele Managementului vânzărilor.	2	1
T3. Principiile vânzării. Stabilirea strategiei de abordare a vânzărilor.	4	2
T4. Teorii despre cumpărare și vânzare .	4	1
T5. Caracterizarea agenților de vânzări și a activităților lor.	4	1
T6. Managementul personalului de vânzări	4	1
T7. Aspecte specifice ale managementului personalului de vânzări:	2	1
T8. Managementul teritoriului și stabilirea țintelor comerciale .	2	1
T9. Tehnologia informațională, marketingul prin baze de date și sistemele informatice din domeniul vânzărilor.	3	1
T10. Vânzarea pe piețele internaționale	2	1
T11. Conceptul negocierii și noțiunile operaționale.	2	1
T12. Negociatorul.	2	1
T13. Stilurile de negociere și procesul de negociere.	2	1
T14. Strategii, tehnici și tactici de negociere.	2	1
T15. Negocierea comercială Planul.	2	1
T16. Practica negocierilor	4	1
Total prelegeri:	45	18

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica lucrărilor de laborator/seminarelor		
LP1. Managementul vânzărilor: elemente definitorii; componente.	4	1
LP 2. Obiectivele Managementului vânzărilor.	2	1
LP 3. Principiile vânzării. Stabilirea strategiei de abordare a vânzărilor.	4	1
LP 4. Teorii despre cumpărare și vânzare .	4	1
LP 5. Caracterizarea agenților de vânzări și a activităților lor.	4	1
LP 6. Managementul personalului de vânzări	4	1
LP 7. Aspecte specifice ale managementului personalului de vânzări:	2	1
LP 8. Managementul teritoriului și stabilirea țintelor comerciale .	2	1
LP 9. Tehnologia informațională, marketingul prin baze de date și sistemele	3	1

informatică din domeniul vânzărilor.		
LP 10. Vânzarea pe paiețele internaționale	2	
LP 11. Conceptul negocierii și noțiunile operaționale.	2	
LP 12. Negociatorul.	2	1
LP 13. Stilurile de negociere și procesul de negociere.	2	1
LP 14. Strategii, tehnici și tactici de negociere.	2	1
LP 15. Negocierea comercială Planul.	2	1
LP 16. Practica negocierilor	4	1
Total lucrări de laborator/seminare:	45	14

8. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Duțu, C, Managementul vânzărilor, Editura Mirton, 2011. 2. Jobber, D., Lancaster, G., Sales Tehnique and Management, Sixth edition 2003. 3. Zaharia, R., Cruceru A., Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Uranus, 2002. 4. Chiru, Irena <i>Comunicarea interpersonală</i>, Editura Tritonic, București, 2003. 5. Fergusson, .Tan <i>Autoritatea perfectă</i>. Editura Național, București, 1998. 6. Floyer Acland Andrew <i>Abilități și aptitudini perfecte</i>, Editura Național, București, 1998. 7. Georgescu, Toma <i>Negocierea afacerilor</i>, Editura Porto Franco, Galați, 1992. 8. Girard. Joe, <i>Cum să vinzi orice oricui</i>, București, Business Tech International Press, noiembrie, 2004. 9. Kennedy, Gavin <i>Negocierea perfectă</i> Editura Național, București, 1998. 10. Kotler, Philip <i>Managementul marketingului</i>. Editura Teora, București, 1996. 11. Kotler, Philip <i>Principiile marketingului</i>. Editura Teora, București, 1998. 12. Leigh, Andrew, Maynard, Michael <i>Prezentarea perfectă</i>, Editura Național, București, 1998. 13. Marriott, Sean, Jacobs, Paula, <i>Profesionistul independent perfect</i>, Editura National, București, 1998. 14. Mc Cord, Robert; Luță, Lavinia Iulia; Popescu, Marcel N.; Straton George, <i>Arta de a negocia</i>, Editura Rentrop & Straton, București, 1996. 15. Schiffman, Stepan, <i>Tehnici de abordare telefonică în vânzări (care chiar funcționează)</i>, Editura Business Tech International Press, București, 2003.
Suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 16. Sellnow, Reinhard <i>Atelierul viitorului</i>, Editura Fiat Lux, București, 1997. 17. Silaghi, Alin, Gurău Călin <i>Exerciții și aplicații în tehnicile de expresie și comunicare</i>, Oradea. 2000. 18. Donaldson, B. (2004) Supplier selection criteria on the service dimension: some empirical evidence, European Journal of Purchasing and Supply Management, 1 (4): 209-17. 19. Donaldson Bill - Managementul vânzărilor. Teorie și practică . Ed Codecs, 2001. 20. Hopkins Tom - Cartea despre vânzări, 2001, Business Tech International Press, 2001. 21. Jobber D, Lancaster G - Selling and Sales Management, 7 th Edition, Prentice Hall, 2006. 22. Kotler Philip - Principiile marketingului, ed Teora, București 2001. 23. Kotler Philip - Managementul marketingului, ed Teora, București 1999. 24. Levinson Jay Conrad - Guerilla marketing, Guerilla selling, ed. Business Tech International.

9. Evaluare

Curentă		Examen final
Atestarea 1	Atestarea 2	
30%	30%	
Standard minim de performanță		
Prezența și activitatea la prelegeri și seminare;		
Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări;		
Demonstrarea în lucrarea de examinare finală a cunoașterii condițiilor de aplicare a procedurilor de modelare constructivă.		