

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA
1.2 Facultatea / Departamentul	FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Catedra	MANAGEMENT, MARKETING ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4 Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	MANAGEMENT

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL VÂNZĂRILOR						
2.2 Titularul activităților de curs	Asist.univ.dr. Magdalena Criveanu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist.univ.dr. Magdalena Criveanu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tip de evaluare	EX	2.7 Regimul disciplinei	Ob

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

3.1 Nr. de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din plan înv.	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					3
3.7 Total ore de studiu individual					52
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Management, Marketing
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Echipament IT (PC, tabletă, telefon) Acces la internet Suport de curs, Platformă Moodle cu acces la suportul de curs
5.2 de desfășurare a seminarului / laborat.	Sala cu dotare IT și audio-video corespunzătoare. Echipament IT dotat cu sistem audio-video care permite videoconferință Acces la internet Suport de curs, Platformă Moodle cu acces la suportul de curs

6.1. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT C.1.1. Identificarea teoriilor, concepte-lor, metodelor și instrumentarului necesare proceselor manageriale, în corelație cu mediul organizației C.1.2. Explicarea, interpretarea și corelarea factorilor care constituie mediul intern și extern al organizației în dinamica acestora C.1.3. Aplicarea de metode, tehnici și instrumente manageriale în rezolvarea de probleme/situații bine definite în dinamica mediului intern și extern al organizației C.1.4. Evaluarea critic-constructivă a utilizării metodelor de monitorizare și diagnosticare a mediului intern și extern al organizației C.1.5. Realizarea de lucrări de analiză, diagnoză, audit privind funcționarea organizației C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației C.2.1. Identificarea conceptelor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării de strategii și politici organizaționale C.2.2. Explicarea conceptelor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării de strategii și politici organizaționale C.2.3. Aplicarea de metode, tehnici și instrumente manageriale de elaborare, implementare, monitorizare și revizuire a strategiilor și politicilor organizației C.2.4. Utilizarea de metode și criterii de evaluare a strategiilor și politicilor organizaționale C.2.5. Realizarea de proiecte de implementare a strategiilor și politicilor organizaționale C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) C3.1. Descrierea conceptelor de bază și a metodelor specifice sistemului managerial și a subsistemelor sale C3.2. Explicarea concepte-lor de bază și a metodelor specifice sistemului managerial și a subsistemelor sale C3.3. Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru eficientizarea sistemului managerial și a subsistemelor sale C3.4. Evaluarea critic-constructivă a funcționării a sistemului managerial și a subsistemelor sale C3.5. Realizarea de studii/lucrări privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale
Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.

6.2. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe avansate privind procesul de aprovizionare și de vânzare, pe baza gestionării lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și clienții. Studentul/Absolventul identifică și analizează elementele care definesc activitățile de aprovizionare și vânzare, pe baza utilizării diagnosticării și a analizei SWOT, în vederea previziunii cererii, a gestiunii stocurilor și a proiectării rețelelor de distribuție.
Aptitudini (Abilități)	Studentul/Absolventul: Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind previziunea cererii de produse și/sau servicii precum și gestiunea stocurilor. Studentul/Absolventul dezvoltă abilități avansate pentru proiectarea rețelelor de aprovizionare și de distribuție în cadrul unei organizații, pe baza planificării necesarului de resurse materiale și a previziunii vânzărilor.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul:
	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta și planifica necesarul de resurse într-o organizație, de a previziona cererea de produse și servicii precum și de a proiecta rețelele de distribuție a produselor / serviciilor.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Introducerea studenților în activitatea complexă privind dezvoltarea vânzărilor în condiții diverse de influență a mediului care impun un anumit mod și standard de dezvoltare și organizare.
7.2 Obiectivele specifice	- Prezentarea problemelor privind conceptele de conducere în general, de conducere a activităților de vânzare în special; - Prezentarea echipei de vânzări, a rolului pe care îl joacă o echipă bine condusă și omogenă în realizarea succesului în vânzare; - Sublinierea metodelor de constituire a echipei de vânzări, prin motivarea, folosirea motivării, evaluarea acestora, toate din perspectiva creării condițiilor de activitate profitabilă în afaceri; - Prezentarea modului de gestionare a forței de vânzare prin accentuarea importanței deosebite pe care o are o bună organizare și administrare a activității de vânzare; - Accentuarea metodelor de atragere și servire a clienților în așa fel încât să se creeze condițiile optime, printr-un management adecvat, pentru rezultate profitabile ale unei companii.

8. Conținuturi

8.1 Curs		Metode de predare	Observații
Obiectivele vânzătorului		Prelegere cu ajutorul videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Organizarea prospectării		Prelegere cu ajutorul videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Gestiunea timpului vânzătorului		Prelegere cu ajutorul videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Structura forței de vânzare și organizarea sectoarelor		Prelegere cu ajutorul videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Facturarea și calculele comerciale		Prelegere cu ajutorul videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Gestiunea clienților		Prelegere cu ajutorul videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
		videoproiectorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	
Formarea costurilor și rentabilitatea		Prelegere cu ajutorul	2 ore

		videoproietorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	
Productivitatea sectoarelor		Prelegere cu ajutorul videoproietorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Tipologia forței de vânzare		Prelegere cu ajutorul videoproietorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Recrutarea vânzătorilor		Prelegere cu ajutorul videoproietorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Remunerarea forței de vânzare		Prelegere cu ajutorul videoproietorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
Formarea vânzătorilor		Prelegere cu ajutorul videoproietorului. Cursul va fi interactiv, studenții fiind atrași în dezbateri, prin supunerea discuțiilor a unor studii de caz.	2 ore
	Bibliografie: 1. Stancu, I. - Managementul Vânzărilor, Ed. SITECH Craiova, 2009. (prelucrare/adaptare în limba română după Gestion et management de la force de vente de C.Hamon,P.Lezin,A.Toullec. Dunod,Paris,2000.) 2. Meghișan Gh., T. Nistorescu. <i>Marketing</i> , Ed. Universitaria, Craiova, 2009		
	3. Futrell C. M. <i>Principiile vânzărilor</i> , Ed. Rosetti Educational, București, 2008 4. Ziglar Z. <i>Arta vânzării</i> , Ed. Amaltea, București, 2002 5. Hopkins T. <i>Cartea despre vânzări</i> , Ed. Business Tech International Press, București, 2001 6. Kotler Ph. <i>Managementul marketingului</i> , Ed. Economică, București, 1997		
8.2 Seminar / laborator		Metode de predare	Observații

Ierarhizarea obiectivelor		La fiecare seminar se vor face aplicații practice conform tematicii seminarului și dezbateri bazate pe scurte eseuri pregătite de către studenți	2 ore
Fixarea obiectivelor			
Obiective și remunerare			2 ore
Efortul de prospectare			2 ore
Cota pe reprezentant			
Planul de vânzări			2 ore
Marja degajată și costul forței de vânzare			2 ore
Evaluarea timpului anual consacrat fiecărui tip de sarcini			
Contractul de leasing			4 ore
Facturarea			2 ore
Numărul potențial de vizite pe vânzător și pe an			2 ore
Elemente de calcul a costurilor unei vizite pe o perioadă dată			
Organizarea activității vânzătorului			6 ore
Contractul de vânzare-cumpărare			
Fixarea prețurilor			
Rentabilitatea activității unui departament de vânzări			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile disciplinei sunt permanent actualizate și alinate la competențele esențiale solicitate de piața muncii (ex: Gestiunea timpului, Prospectarea eficientă, Calculul rentabilității). Structura cursului acoperă atât aspecte operaționale (ex. Facturare, Gestiunea clienților), cât și aspecte strategice de Management al Forței de Vânzare (ex. Recrutare, Remunerare, Formare), răspunzând astfel cerințelor de profesionalizare impuse de angajatori și de asociațiile profesionale din domeniu.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluarea pe parcursul semestrului	Teme de casă, discuții individuale	Evaluarea pe parcurs reprezinta 40% din nota finala iar nota obtinuta la examen reprezinta 60%
	Evaluarea la final de semestru	Examen scris: întrebări teoretice și aplicații de rezolvat	
10.5 Seminar / laborator	Evaluarea pe parcursul semestrului	Teme de casă, discuții individuale	
	Evaluarea la final de semestru	Examen scris: întrebări teoretice și aplicații de rezolvat	
10.6 Standardul minim de performanță			
Obținerea unei note de minim 5, certifică acumularea unui minim de cunoștințe în domeniul managementului vânzării, care să-i permită prezentarea obiectivelor unei echipe de vânzări, a rolului pe care îl joacă o echipă bine condusă și omogenă în realizarea succesului în vânzare, a modalității de calcul a costului forței de vânzare. Rezultatul evaluării pe parcurs se va lua în calculul notei finale la respectiva disciplină, de regulă, în toate sesiunile de examene din acel an universitar. Pentru o mai bună promovabilitate, în sesiunile de restanțe, cadrul didactic examinator – titular de disciplină, poate renunța la luarea în calcul a evaluării pe parcurs, dacă consideră acest lucru necesar. Nota se obtine in urma aplicării formulei de calcul al notei finale, prevăzută în fișa disciplinei. $N_f=1+9\times(N_{ex}\times p_{ex}+N_p\times p_p)/10$			

Data completării
30.09.2025

Data avizării în catedră

Semnătura titularului de curs

Semnătura șefului catedrei

Semnătura titularului de seminar