

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT, MARKETING SI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici de vânzări						
2.2 Titularul activităților de curs	conf. dr. Magdalena Danileț						
2.3 Titularul activităților de seminar	conf. dr. Magdalena Danileț						
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tip de evaluare	VP	2.7 Regimul disciplinei*	Ob

*OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					27
Tutoriat					
Examinări					6
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					83
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	

6. Rezultate ale învățării

1. Oferă informații
Studentul va putea furniza informații corecte și de calitate, în funcție de tipul de audiență și de context.
2. Utilizează tehnici de comunicare
Studentul va fi capabil să aplice tehnici de comunicare ce permit interlocutorilor să se înțeleagă reciproc mai bine și să transmită corect mesajele.
3. Comunică cu clienții
Studentul va putea să comunice cu clienții în modul cel mai eficient și mai adecvat pentru a le permite acestora să aibă acces la produsele sau serviciile dorite sau la orice alt tip de ajutor de care aceștia ar putea avea nevoie.
4. Realizează analiza vânzărilor
Studentul va putea examina rapoartele de vânzări, pentru a oferi suport decizional managerilor direcți.
Rezultatele învățării corespunzătoare competențelor transversale:
- Studentul va fi capabil să promoveze idei, produse sau servicii;
- Studentul va fi capabil să creeze conținut digital;
- Studentul va fi capabil să gândească în mod creativ .

7. Obiectivul general al disciplinei

Să ofere informații și să creeze contextul de învățare necesare pentru instalarea deprinderilor de bază specifice domeniului vânzărilor.
--

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Tema 1: Vânzarea: principii generale; impactul asupra mediului.	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
2.	Tema 2: Vânzătorul, clientul, relația, produsele și serviciile, mediul. Ce vindem, de fapt?	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
3.	Tema 3: Experiența cotidiană în vânzări. Tendințe post-pandemie. (posibil, un practician invitat)	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
4.	Tema 4: Elemente de programare neuro-lingvistică (NLP) aplicate în vânzări 4.1. Modelul de comunicare în NLP 4.2. Modelul Robert Dilts	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
5.	4.3. Relaționare. Rapport. Sincronizare. Calibrare 4.4. Preferințele senzoriale în tiparele de gândire (VAKOG)	Explicație, dialog, problematizare, demonstrație	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
6.	4.5. Filtre de procesare a informației (metaprogramele) Integritate și relații win-win în vânzări.	Explicație, dialog, problematizare, demonstrație	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
7.	Tema 5: Etapele procesului de vânzare. Evoluție și modele.	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
8.	5.1. Instruirea înainte de primul client 5.2. Prospectarea clientelei	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
9.	5.3. Contactul cu clientul 5.4. Identificarea nevoilor clientului + <i>testul intermediar</i>	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
10.	5.5. Argumentația și demonstrația 5.6. Rezolvarea obiecțiilor	Explicație, dialog, problematizare, demonstrație	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
11.	5.7. Încheierea vânzării Sugestii pentru vânzări suplimentare	Explicație, dialog, problematizare, demonstrație	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
12.	5.8. Serviciile post vânzare Fidelizarea clienților	Explicație, dialog, problematizare, demonstrație	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
13.	Tema 6: Influențare și persuasiune în vânzări. 6.1. O întoarcere la relația cu clientul. 6.2. Tehnicile de persuasiune și integritatea în vânzări. Polemici.	Explicație, dialog, problematizare	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
14.	Test de evaluare	Test scris (grilă+întrebări deschise)	2 ore
Bibliografie			

Referințe principale:

Blythe, Jim – *Managementul vânzărilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, 2005

Buzan, Tony; Israel Richard – *Vânzare inteligentă*, Editura Codecs, 2002

Cehan, Cezar - *Heart to Heart Selling: Create clients through nurturing Connection*, More Options LLC, 2015

Cialdini, Robert (2016) – *Pre-suasiune. O metodă revoluționară de a influența și de a convinge*, Ed. Publica, 2017

Dagostino, Mark; Hsieh, Tony (2019) – *The Power of WOW. Cum să-ți electrizezi munca și viața punând serviciile pe primul loc*, Editura Publica, 2020

de Waal, Frans (2013) – *Bonobo și ateul. În căutarea umanității printre primate*, Editura Humanitas, 2017

Dugdale, Keith; Lambert, David (2007) – *Cum să vinzi inteligent. Strategii de viitor pentru clienți mulțumiți*, Curtea Veche Publishing, 2014

Futrell, Charles M. (2006) – *Principiile vânzărilor. Prin servicii bune obțineți clienți pe viață*, Editura Rosetti Educațional, București, 2008

Gallo, Carmine (2012) – *Experiența Apple. Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, 2015

Hopkins, Tom - *Vânzarea pe timp de criză. Cum să vinzi atunci când nimeni nu cumpără*, Editura BusinessTech, 2014

Nalebuff Barry (2022) – *Split the Pie: A Radical New Way to Negotiate*, ISBN: 9780063135482 (*Axiom Award Gold Medalist for Sales*)

Pink, Daniel H. (2012) – *A vinde e omeneste. Adevărul surprinzător despre cum să-i convingi pe ceilalți*, Editura Publica, București, 2013

Zak, Paul (2012) – *Molecula morală*, Editura Humanitas, 2015

Ziglar, Zig – *Arta vânzării*, Ed. Amaltea, 2006

Referințe suplimentare:

Carnegie, Dale & Associates, Inc. – *Tehnici de a vinde*, Editura Curtea Veche, 2003

Hopkins, Tom – *Cartea despre vânzări*, Editura. Business Tech International Press, București, 2001

Pink, Daniel H. (2009) – *Drive. Ce anume ne motivează cu adevărat*, Editura Publica, București, 2011

Articole și materiale multimedia postate pe parcursul semestrului, pe platforma Microsoft Teams.

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Instrumente NLP de comunicare eficientă: calibrare, rapport. Seminar de contact	Explicație, exerciții, joc de rol	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
2.	Caracteristicile, funcțiile și beneficiile produsului/ serviciului pe care îl vând. Tehnici de ascultare activă și de formulare a întrebărilor.	Explicație, exerciții, joc de rol	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
3.	Modul de lucru orientat către client: modele de identificare a nevoilor clientului (SPIN, POOO, SVAPI).	Explicație, materiale multimedia, joc de rol	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
4.	Modul de lucru orientat către client: formularea propunerii de valoare; propunerea soluției către client; rezolvarea obiecțiilor. Finalizarea vânzării	Explicație, materiale multimedia, joc de rol	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
5.	Vânzări simulate	Joc de rol	2 ore, extrase la tema din sursele menționate în rubrica <i>Bibliografie</i>
6.	Prezentarea proiectelor	Poster, video-proiecție, expunere liberă, demonstrație etc.	2 ore
7.	Concluzii și evaluare	Dialog	2 ore

Bibliografie

Goleman, D. – *Inteligența emoțională*, Curtea Veche, București, 2001

Hall, L. Michael – *Spiritul programării neuro-lingvistice*, Editura Curtea Veche, 2007

Knight, Sue – *Tehnicile programării neuro-lingvistice*, Ed. Curtea Veche, 2004

Nalebuff Barry (2022) – *Split the Pie: A Radical New Way to Negotiate*, ISBN: 9780063135482 (*Axiom Award Gold Medalist for Sales*)

Pease, Allan – *Întrebările sunt, de fapt, răspunsuri* – Editura Curtea veche, București, 2001

Sobel, Andrew; Panas, Jerold (2012) – *Puterea Întrebărilor*, Amsta Publishing, 2013

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 seminarelor urmează modelul trainingurilor de profil, consacrate în companiile ce investesc în programele de pregătire a forței de vânzare. Diferențele apar la nivelul timpului alocat și a structurării acestuia pe activități specifice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Nivelul cunoștințelor și abilităților vizate prin tematica disciplinei. Participarea.	Teme rezolvate, la curs și/sau postate în secțiunea disponibilă pe platforma Microsoft Teams.	10%
		Test intermediar (grilă+întrebări deschise): 27.11.2024, ora 10:00	15%
		Test final (grilă+întrebări deschise): 15.01.2025, ora 10:00	35%
10.5 Seminar / Laborator	Participarea, jocul de rol, argumentația, negocierea cu colegii, utilizarea cunoștințelor din tematica disciplinei, lucrul în echipă.	Exerciții în sala de seminar, teme rezolvate (în echipa de proiect) și postate în secțiunea disponibilă pe platforma Microsoft Teams, vânzări simulate.	25 %
		Proiect (elaborat în echipă).	15 %
10.6 Standard minim de performanță: Obținerea unei note de minimum 5.00 la testul final și a mediei finale de minimum 5.00 (medie calculată conform ponderilor precizate în secțiunea 10.3).			

**Data completării,
23 septembrie 2024**

**Titular de curs,
conf. dr. Magdalena Danileț**

**Titular de seminar,
conf. dr. Magdalena Danileț**

**Data avizării în departament,
26 septembrie 2024**

**Director de departament,
Prof. univ. dr. Ștefan Andrei NEȘTIAN**