



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	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Economic
1.5 Ciclul 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, Lect. dr. Anca Maria Clipa						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Magdalena Danileț, Lect. dr. Anca Maria Clipa						
2.4 An de studiu	3	2.5 Semestru	5	2.6 Tip de evaluare	EVP	2.7 Regimul disciplinei*	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 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 seminare/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 Număr 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	Onsite: Sala cu videoproiector, flipchart, tabla, acces internet WIFI; Online: platforma Microsoft Teams (numai pentru situații excepționale, precum deplasări, recuperări ocazionale, carantina etc.)
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Onsite: Sala cu mese mobile, flipchart, tabla, acces internet WIFI; Online: platforma Microsoft Teams (numai pentru situații excepționale)

6. Competențe specifice acumulate



Competențe profesionale	C1. Definirea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare (0,5 credite) C2. Explicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor eficiente de comunicare (0,5 credite) C3. Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare (2 credite) C4. Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare (0,5 credite) C5. Proiectarea programului de comunicare în vânzări (1 credit)
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă (0,5 credite)

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Să ofere informații și să creeze contextul de învățare necesare pentru instalarea deprinderilor de bază specifice domeniului vânzării.
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none">1. Să faciliteze înțelegerea și asumarea terminologiei, a conceptelor și a bunelor practici necesare relațiilor cu clienții.2. Să sporească capacitățile de a identifica potențialii clienți, de a le înțelege nevoile și de a le vinde soluții cu rol de valoare adăugată.3. Să dezvolte capacitatea de a corela caracteristicile produsului/serviciului oferit cu beneficiile pentru client.4. Să sporească capacitatea de argumentare prin aplicarea instrumentelor NLP.5. Să pună în valoare capacitatea de a construi relații umane win-win și de a lucra în echipă.6. Să faciliteze asumarea unei conduite profesionale marcată de integritate, onestitate și responsabilitate în domeniul vânzării.

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații
1.	Tema 1: Vânzarea: principii generale; impactul asupra mediului.	Prelegere, curs interactiv, demonstrație	2 ore
2.	Tema 2: Vânzătorul, clientul, relația, produsele și serviciile, mediul. Ce vindem, de fapt?	Prelegere, curs interactiv	2 ore
3.	Tema 3: Experiența cotidiană în vânzări. Experiența Covid-19 și tendințe post pandemie. (posibil, un practician invitat)	Prelegere, curs interactiv	2 ore
4.	Tema 4: Elemente de programare neuro-lingvistică (NLP) aplicate în vânzări 4.1. Modelul de comunicare în NLP 4.2. Modelul Robert Dilts	Prelegere, curs interactiv	2 ore
5.	4.3. Relaționare. Rapport. Sincronizare. Calibrare 4.4. Preferințele senzoriale în tiparele de gândire (VAKOG)	Prelegere, curs interactiv, demonstrație	2 ore
6.	4.5. Filtre de procesare a informației (metaprogramele)	Prelegere, curs interactiv	2 ore



	4.6. Integritate și relații win-win în vânzări.		
7.	Tema 5: Etapele procesului de vânzare. Evoluție și modele.	Prelegere, curs interactiv	2 ore
8.	5.1. Instruirea înainte de primul client 5.2. Prospectarea clienței	Prelegere, curs interactiv	2 ore
9.	5.3. Contactul cu clientul 5.4. Identificarea nevoilor clientului + <i>testul intermediar</i>	Prelegere, curs interactiv	2 ore
10.	5.5. Argumentația și demonstrația 5.6. Rezolvarea obiecțiilor	Prelegere, curs interactiv, demonstrație	2 ore
11.	5.7. Încheierea vânzării Sugestii pentru vânzări suplimentare	Prelegere, curs interactiv, demonstrație	2 ore
12.	5.8. Serviciile post vânzare 5.8. Fidelizarea clienților	Prelegere, curs interactiv, demonstrație	2 ore
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.	Prelegere, curs interactiv	2 ore
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

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 primat*, 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 vânzătorilor. 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 omenește. 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
1.	Instrumente NLP de comunicare eficientă: calibrare, rapport. Seminar de contact	Expunere liberă, exerciții, joc de rol	2 ore



2.	Caracteristicile, funcțiile și beneficiile produsului/ serviciului pe care îl vând. Tehnici de ascultare activă și de formulare a întrebărilor.	Expunere liberă, exerciții, joc de rol	2 ore
3.	Modul de lucru orientat către client: modele de identificare a nevoilor clientului (SPIN, POOO, SVAPI).	Expunere liberă, materiale multimedia, joc de rol	2 ore
4.	Modul de lucru orientat către client: formularea propunerii de valoare; propunerea soluției către client; rezolvarea obiecțiilor. Finalizarea vânzării	Expunere liberă, materiale multimedia, joc de rol	2 ore
5.	Vânzări simulate	Joc de rol	2 ore
6.	Prezentarea proiectelor	Poster, videoproiecție, 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 – *Tehniciile 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 (EVP 100%)
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): 29.11.2023, 10:00 – 10:50.	15%
		Test final (grilă+întrebări deschise): 17.01.2024, 10:00 – 11:50	40%
10.5 Seminar	Participarea, jocul de rol, argumentația, negocierea cu colegii, utilizarea cunoștințelor din tematica disciplinei, lucrul	Exerciții în sala de seminar, teme rezolvate (în echipa de proiect) și postate în secțiunea disponibilă pe platforma	25 %



	în echipă.	Microsoft Teams, vânzări simulate.	
		Proiect (elaborat în echipă).	10 %
10.7 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
18 septembrie 2023

Titular de curs
Conf. dr. Magdalena Danileț

Titular de seminar
Conf. dr. Magdalena Danileț,

Data avizării în departament
28 septembrie 2023

Director de departament
Prof. univ. dr. Ștefan-Andrei Neșțian