

## FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei	<b>Tehnici de vânzări</b>				
-----------------------	---------------------------	--	--	--	--

Codul disciplinei		Semestrul	V	Numărul de credite	5
-------------------	--	-----------	---	--------------------	---

Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor	Numărul orelor pe semestru/activități				
Domeniul de licență	<b>Economic</b>	Total	SI	TC	AT	AA
Programul de studii de licență	<b>Management</b>				8	

Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, complementară, domeniu, specialitate)	<b>Complementară</b>
Tipul disciplinei (impusă, opțională, facultativă)	<b>Impusă</b>

Discipline anterioare	Condiționate	-
	Recomandate	Comunicare și negociere în afaceri
Obiectivele disciplinei	<p>Să ofere informații și să creeze contextul de învățare necesare pentru instalarea deprinderilor de bază specifice domeniului vânzării.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Să faciliteze înțelegerea și asumarea terminologiei, a conceptelor și a bunelor practici necesare relațiilor cu clienții.</li> <li>Să sporească capacitățile de a identifica potențialii clienți, de a le înțelege nevoile și de a le vinde soluții cu rol de valoare adăugată.</li> <li>Să dezvolte capacitatea de a corela caracteristicile produsului/serviciului oferit cu beneficiile pentru client.</li> <li>Să sporească capacitatea de argumentare prin utilizarea instrumentelor NLP.</li> <li>Să pună în valoare capacitatea de a construi relații umane win-win și de a lucra în echipă.</li> <li>Să faciliteze asumarea unei conduite profesionale marcată de integritate, onestitate și responsabilitate în domeniul vânzării.</li> </ol>	
<b>COMPETENȚE SPECIFICE ACUMULATE</b>		
COMPETENȚE PROFESIONALE	<p>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 cu clientul în vânzări (1 credit)</p>	
COMPETENȚE TRANSVERSALE	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă (0,5 credite)</p>	

Conținutul activităților (SI, AT, TC, AA)	<p><b>1. Studiul individual prin materiale specifice ID</b></p> <p>US 1 Vânzarea. Principii generale  US 2 Vânzător, client, produse și servicii. Ce vindem, de fapt?  US 3 Elemente de programare neuro-lingvistică (NLP) aplicate în vânzări  US 4 Procesul de vânzare. Evoluție și modele de lucru  US 5 Instruirea înainte de primul client</p>
---	---

US 6 Prospectarea clientelei  
US 7 Contactul cu clientul  
US 8 Identificarea nevoilor clientului  
US 9 Elaborarea și prezentarea soluției pentru client  
US 10 Rezolvarea obiecțiilor  
US 11 Încheierea vânzării  
US 12 Serviciile post vânzare și prevenirea regretelor post-achiziție

## 2. Activități tutoriale (tematica întâlnirilor prevăzute în orar)

**AT 1** (US 1 Vânzarea. Principii generale; US 2 Vânzător, client, produse și servicii. Ce vindem, de fapt?; US 3 Elemente de programare neuro-lingvistică (NLP) aplicate în vânzări; US 4 Procesul de vânzare. Evoluție și modele de lucru)

**AT 2** (US 7 Contactul cu clientul; US 8 Identificarea nevoilor clientului; US 9 Elaborarea și prezentarea soluției pentru client; US 10 Rezolvarea obiecțiilor; US 11 Încheierea vânzării)

## 3. Teme de control

### ***TC 1 – Autoevaluare a competențelor de vânzare.***

*Alegeți o fișă a postului pentru un agent de vânzări. Puteți accesa o fișă generică pentru un domeniu anume de vânzare, precum cele ce pot fi accesate la adresele: [https://esco.ec.europa.eu/en/classification/occupation\\_main](https://esco.ec.europa.eu/en/classification/occupation_main), pentru standardele europene; <https://www.onetonline.org/find/result?s=sales&a=1>, pentru standardele americane; <http://www.anc.edu.ro/standarde-ocupationale/> pentru standardele naționale. Puteți alege și alte resurse online sau puteți utiliza o fișă a postului de agent de vânzare din organizația pentru care lucrați.*

**Tema de control** presupune răspunsuri succinte, punctuale, la următoarele întrebări:

- a. Care sunt primele trei argumente (prezentate succint) pentru care am ales această fișă a postului, și nu alta?
- b. Care sunt abilitățile și competențele pe care le dețin deja și sunt specifice acestui post?
- c. Care sunt cele mai importante 3 abilități și/sau competențe pe care vreau să le dobândesc (sau să le dezvolt) în următorul interval de timp? Argumentați! Precizați și orizontul de timp pe care îl aveți în vedere.
- d. Cum mi-am propus să dezvolt aceste abilități? Oferiți indicii cât mai concrete, cât mai specifice.

Răspunsurile la întrebările de mai sus vor fi elaborate în limita unei singure pagini (format A4, tehnoredactat, 12p.) și vor fi însoțite de link-ul către fișa postului la care ați făcut referire sau, după caz, de copia fișei din organizația pentru care lucrați.

Răspunsurile aferente TC1 vor fi încărcate pe platforma **Microsoft Teams**, în secțiunea dedicată disciplinei *Tehnici de vânzări, Assignments, TV\_TC 1 – Autoevaluare a competențelor de vânzare*.

Ponderea în nota finală: 15%

Termenul de predare: 08 decembrie 2023

### ***TC 2 – Observați și analizați, ca urmare a unei interacțiuni directe cu un ofertant real, un scenariu de vânzare “în funcțiune”.***

*Alegeți un ofertant de produse sau servicii dintr-un domeniu care implică abordarea consultativă/ colaborativă a vânzărilor (ex. asigurări, imobiliare, automobile, echipamente de valoare mare, servicii medicale etc.). Alegerea*

	<p>dumneavoastră ar trebui să fie compatibilă cu un post în vânzări pe care l-ați putea accesa (sau poate doar păstra) într-un orizont de timp de maximum 3 ani.</p> <p>Pentru această secvență de lucru vă veți asuma rolul de “posibil” client al unui <u>ofertant real, de pe piața reală</u> a produsului/serviciului ales.</p> <p><b><u>Atenție! Nu este nevoie să achiziționați nimic.</u></b> Dar, în calitate de “posibil” <u>client</u>, <u>probați</u>, <u>testați</u>, <u>schimbați</u>, <u>puneți întrebări</u>, <u>alegeți</u>, <u>negociați</u>, <u>insistați</u>, <u>formulați obiecții (inclusiv una legată de preț)</u>, <u>contraargumentați etc.</u></p> <p>Misiunea dumneavoastră este să observați, să rețineți și să notați cât mai multe detalii ale interacțiunii cu respectivul agent de vânzare.</p> <p><b>Tema de control presupune:</b></p> <p>A. Să prezentați succint contextul și observațiile reținute în urma acestei experiențe (maximum o pagină).</p> <p>B. Să oferiți răspunsuri scurte la următoarele întrebări (maximum două pagini):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Cum apreciați experiența de cumpărare? Argumentați!</li> <li>Ce ați învățat din această experiență?</li> <li>Ce i-ați sugera persoanei cu care ați interacționat dacă ați fi consilierul său de dezvoltare profesională în vânzări? Argumentați!</li> <li>Ce recomandări i-ați face șefului său? Argumentați!</li> </ol> <p>Răspunsurile aferente <b>TC2</b> (în limita a trei pagini, format A4, tehnoredactat, 12p.) vor fi încărcate pe platforma <b>Microsoft Teams</b>, în secțiunea dedicată disciplinei <i>Tehnici de vânzări, Assignments, TV_TC 2 – Observați și analizați un scenariu de vânzare “în funcțiune”</i>.</p> <p>Ponderea în nota finală: 15%</p> <p>Termenul de predare: 14 ianuarie 2024</p>
--	---

Forma de evaluare finală (E – examen, C – colocviu/test final, LP – lucrări practice)		
Stabilirea notei finale (procente)	- evaluare finală (examen scris - grilă și subiecte deschise)	70%
	- activități asistate /laborator/lucrări practice/proiect etc.	-
	- teste pe parcursul semestrului (TC1 15%, TC2 15%)	30%
	- lucrări de verificare	-
Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)	Suportul de curs (disponibil pe platformele Moodle și Microsoft Teams); prezentările power point utilizate pentru activitățile tutoriale.	

Bibliografia recomandată	<p>Angajații ZAPPOS, cu sprijinul lui Mark Dagostino, Tony Hsieh (2019) – <i>The Power of WOW. Cum să-ți electrizezi munca și viața punând serviciile pe primul loc</i>, Editura Publica, 2020</p> <p>Blythe, Jim – <i>Managementul vânzărilor și al clienților cheie</i>, Editura Codecs, 2005</p> <p><b>Buzan, Tony; Israel Richard – <i>Vânzare inteligentă</i>, Editura Codecs, 2002</b></p> <p>Cehan, Cezar - <i>Heart to Heart Selling: Create clients through nurturing Connection</i>, More Options LLC, 2015</p> <p>Danileț, Magdalena - <i>Mic manual de vânzări</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2017</p> <p>de Waal, Frans (2013) – <i>Bonobo și ateul. În căutarea umanității printre primate</i>, Editura Humanitas, 2017</p> <p>Dugdale, Keith; Lambert, David (2007) – <i>Cum să vinzi inteligent. Strategii de viitor pentru clienți mulțumiți</i>, Curtea Veche Publishing, 2014</p> <p>Eagleman, David (2015) – <i>Creierul. Povestea noastră</i>, Editura Humanitas, 2018</p> <p><b>Futrell, Charles M. (2006) - <i>Principiile vânzărilor. Prin servicii bune obțineți clienți pe viață</i>, Editura Rosetti Educațional, București, 2008</b></p> <p><b>Gallo, Carmine (2012) – <i>Experiența Apple. Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i>, Editura Amaltea, 2015</b></p> <p>Hopkins, Tom - <i>Vânzarea pe timp de criză. Cum să vinzi atunci când nimeni nu cumpără</i>, Editura BusinessTech, 2014</p> <p><b>Pink, Daniel H. (2012) - <i>A vinde e omeneste. Adevărul surprinzător despre cum să-i convingi pe ceilalți</i>, Editura Publica, București, 2013</b></p> <p>Zak, Paul (2012) – <i>Molecula morală</i>, Editura Humanitas, 2015</p> <p>Ziglar, Zig – <i>Arta vânzării</i>, Ed. Amaltea, 2006</p>
--------------------------	---

Coordonator de disciplină	Grad didactic, titlu, nume și prenume	Semnătura
	Conf. dr. Magdalena Danileț	

Legenda: SI – studiu individual, TC – teme de control, AT – activități tutoriale, AA – activități asistate