

Universitatea POLITEHNICA din București (UPB)
 Facultatea de Ingineria și Managementul Sistemelor Tehnologice (IMST)
 Programul de studii de masterat: Inginerie Economică și Managementul Afacerilor (IEMA)
 Studii tip: Masterat

PREZENTAREA DISCIPLINEI

Denumire disciplină	Managementul Vânzărilor și Strategii de MK	Semestrul	1
Cod disciplină	UPB.06.M1.O.07-05	Credite (ECTS)	4

Structură disciplină	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total ore
<i>Număr de ore pe săptămână</i>	2			1	3
<i>Număr de ore pe semestru</i>	28			14	42

Titular	Curs	Proiect
<i>Nume, titlu științific</i>	MAGHIARI Victor, DOICIN Cristian	MAGHIARI Victor, DOICIN Cristian
<i>Contact (email)</i>	rovway@gmail.com	cristian.doicin@upb.ro

Descriere curs
<p>Un produs se validează ca urmare a aderării pieței la valoarea și valorile acestuia. Succesul unui produs depinde de gradul de satisfacere a nevoilor pieței și de modalitatea prin care acesta face față celui mai complex test, celui de vânzare-cumpărare.</p> <p>Modul în care un produs este adus pe o piață și modalitatea prin care se impune în fața competiției depind însă și de strategia de marketing, de mix-ul de marketing, de abilitățile și cunoștințele celor care îl promovează, de abilitățile de vânzare și de capacitatea de negociere.</p> <p>Scopul acestui curs este de a pune la dispoziția studenților tehnici, metode și strategii de negociere care să le permită dezvoltarea unei abordări specifice, dar și corespunzătoare unei situații de Win -Win în activitatea de vânzare.</p> <p>La absolvirea acestui curs studenții vor fi capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> • să identifice corect piața pentru produsele/serviciile pe care doresc să le promoveze, să înțeleagă structura acestuia și să poată identifica modalitățile practice prin care produsul/serviciul poate fi vândut; • să utilizeze tactici și strategii de abordare personalizată a pieței în direcția promovării produselor/serviciilor; • să abordeze strategii de negociere, persuasiune și influențare specifice segmentului de piață și produsului/serviciului promovat. • să identifice și să folosească metode moderne de vânzare, metode bazate pe analiza datelor nestructurate, a conceptelor de tip Big Data.
Descriere proiect
<p>Activitățile de proiect vor urmări structura cursului și vor fi centrate pe produse și servicii reale pe care studenții vor trebui să le susțină și promoveze. În acest fel, la finalul cursului, proiectul de vânzare va fi unul complet funcțional, cu un grad de aplicabilitate maxim. Proiectele vor include activitățile specifice, pornind de la principiile de identificarea pieței, trecând prin toate fazele proceselor de vânzare, folosind tehnicile însușite la curs.</p>

Rezultate preconizate ale învățării

Urmare a participării la acest curs veți fi capabili să:

- Definiți, formulați și analizați piață specifică unui produs/serviciu
- Identificați corect modalitatea de abordare a pieței respective

Prin absolvirea acestui curs veți avea:

- abilitatea de a promova propriile idei/produse;
- noțiuni privind pregătirea, executarea și urmărirea unui proces de vânzare.

Metoda de evaluare	% din nota finală	Cerințe minimale pentru obținerea creditelor
Examen	40	50% dintre subiecte rezolvate pentru nota 5/ 95% pentru nota 10.
Tema de casa	20	Tema predata. Rezolvare a 50% din problematice pentru nota 5 și a 95% pentru nota 10.
Proiect funcțional	40	50% din punctajul asociat proiectului, pentru nota 5/ 95% pentru nota 10.

Bibliografie

- [1] Zig Zigler : *The Secret of Closing the Sales*, The Berkley Publishing Group, 1985;
[2] Brian Tracy: *The Psychology of Selling*, Ed. Thomas Nelson, Tennessee, USA;
[3] Neil Rackman: *SPIN Selling*, Mcgraw-Hill, 1988.

Precondiții

-

Alte informații relevante

Nota finală se calculează prin rotunjirea punctajului acumulat de student la activitățile evaluate.

Data: 15.07.2016

Titular disciplină: Doicin Cristian, Maghiari Victor