

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii
 anul universitar: 2017 - 2018

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii				
2.2	Titularul de disciplină (coordonator disciplină)						Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI				
2.3	Titularul activităților de seminar						Conf. univ. dr. Daniela MIHAI				
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Total ore din planul de învăț.	42	3.2	Din care S.I.	28	3.3	SF / ST / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								48
<i>din care:</i>								
- Echivalent ore curs forma IF								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.4	Total ore studiu individual	111						
3.5	Total ore pe semestru	125						
3.6	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, Marketing, Economia întreprinderii, Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	► Materialul de studiu este realizat în tehnologie ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 2 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale vânzării de bunuri și servicii și formarea deprinderilor practice necesare realizării vânzării producției în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu clienții</i> și corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii;

	3. Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de vânzare; 4. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea diferitelor tipuri de stocuri utilizate în practica vânzării din întreprinderile de comerț, turism, servicii și a metodelor de dimensionare a acestora; 5. Cunoașterea operațiunilor clasice care compun procesele de primire, depozitare și eliberare din gestiune a mărfurilor. B. Obiective procedurale 1. Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; 2. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței consumului final; 3. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de vânzare la nivelul întreprinderii de comerț, turism, servicii; 4. Însușirea de către studenți a abilităților necesare coordonării și operaționalizării centrelor de comercializare și service; 5. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice vânzărilor. C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Studii individual echivalent ore curs de la forma I.F. (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tema nr. 1: ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA ACTIVITĂȚII RELAȚII CU CLIENȚII Unitatea de învățare 1.1. Importanța, locul și rolul Departamentului <i>Relații cu clienții</i> în structura sistemului funcțional al întreprinderii (1 oră) Unitatea de învățare 1.2. Organizarea structurală și procesuală a Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră) Unitatea de învățare 1.3. Conducerea activităților Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră) Unitatea de învățare 1.4. Atribuții și responsabilități ale Departamentului <i>Relații cu clienții</i>; sistemul relațiilor funcționale (1 oră)	4	- Utilizare facilități platformă e-learning (chat, forum) - E-mail - Consultații	Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată
2	Tema nr. 2: FACTORII MEDIULUI DE LUCRU ȘI COMPONENTELE PROCESUALE ALE DEPARTAMENTULUI RELAȚII CU CLIENȚII Unitatea de învățare 2.1. Factorii mediului de lucru și influențe asupra sistemului <i>Relații cu clienții</i>; componentele procesuale (2 ore)	2		
3	Tema nr. 3: ACTIVITATEA MARKETING – VÂNZĂRI Unitatea de învățare 3.1. Organizarea și conducerea activității <i>Marketing – vânzări</i> (1 oră) Unitatea de învățare 3.2. Atribuții și responsabilități ale Compartimentului <i>Marketing – vânzări</i>; sistemul relațiilor funcționale (1 oră) Unitatea de învățare 3.3. Procesul cercetării pieței consumului; programul <i>marketing – vânzări</i> (1 oră)	3		
4	Tema nr. 4: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI ȘI PROGRAMELOR DE VÂNZĂRI Unitatea de învățare 4.1. Organizarea și conducerea activității <i>Plan – vânzări</i> (1 oră) Unitatea de învățare 4.2. Fundamentarea planului și a programelor de vânzări pentru produse finite și piese schimb (1 oră) Unitatea de învățare 4.3. Urmărirea realizării și derulării programelor de vânzări produse fabricate (1 oră)	3		
5	Tema nr. 5: NEGOCIEREA ȘI ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR ECONOMICE ÎN PROCESUL VÂNZĂRII Unitatea de învățare 5.1. Organizarea și conducerea Compartimentului <i>Negociere – încheiere contracte</i>; atribuții și responsabilități (1 oră) Unitatea de învățare 5.2. Particularități ale procesului <i>negocierii și încheierii contractelor economice în domeniul vânzării</i> (2 ore)	3		

6	Tema nr. 6: EVIDENȚA ȘI URMĂRIREA DERULĂRII CONTRACTELOR; ANALIZA EFECTELOR ȘI EFICIENȚEI PROCESULUI COMERCIAL ÎN RELAȚIILE CU CLIEȚII Unitatea de învățare 6.1. Organizarea, conducerea și desfășurarea activității Compartimentului <i>Evidență, urmărire – derulare contracte, analiză efecte comerciale – eficiență</i> (2 ore) Unitatea de învățare 6.2. Analiza efectelor și eficienței procesului comercial în relațiile cu clienții (2 ore)	4		
7	Tema nr. 7: FACTURAREA, OPERAREA, EVIDENȚA VÂNZĂRILOR ȘI ÎNCASAREA CONTRAVALORII MĂRFURILOR Unitatea de învățare 7.1. Organizarea, conducerea și funcționarea Compartimentului <i>Facturare – operare evidență vânzări, încasare – urmărire recuperare creanțe</i> (3 ore)	3		
8	Tema nr. 8: PROCESUL DEPOZITĂRII MĂRFURILOR, PREGĂTIRII PENTRU VÂNZARE – LIVRARE, COLECTĂRII ȘI VALORIFICĂRII AMBALAJELOR ȘI RESURSELOR SECUNDARE Unitatea de învățare 8.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare; atribuții și responsabilități</i> (2 ore) Unitatea de învățare 8.2. Particularități ale procesului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare, distribuției fondului de marfă</i> (2 ore)	4		
9	Tema nr. 9: ACTIVITATEA TRANSPORT – ASIGURĂRI – EXPEDIȚII MĂRFURI Unitatea de învățare 9.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>Transport – asigurări – expediții mărfuri; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale</i> (1 oră) Unitatea de învățare 9.2. Gestiunea curentă; optimizarea transporturilor de mărfuri (1 oră)	2		

Bibliografie

- Bălan, C. – *Logistica*, Editura Uranus, București, 2006
- Bășanu, Gh., Pricop, M. – *Managementul aprovizionării și desfacerii*, ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2006
- Blythe, J. – *Managementul vânzărilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, București, 2005
- Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
- Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
- Chira Robert, *Logistica mărfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016.
- Drăghici, C., *Managementul relațiilor cu clienții*, Editura Sitech, Craiova, 2008
- Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
- Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – *Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
- Duncan Todd – *Excelența în vânzări*, Editura Amaltea, București, 2015
- Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
- Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016
- Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
- Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, București, 2012
- Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
- Van Weele, A. J., *Purchasing & Supply Chain Management*, 5th edition, Cengage Learning EMEA, 2010
- Waters, C. D. J., *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2012

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	- Dialogul - Lucrul în grup	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează
2	Organizarea și conducerea procesului vânzării	2		
3	Cercetarea pieței	2		

4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de vânzări	2	▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateră cu oponent imaginar	criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării <i>Resurse folosite:</i> • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz □ i stimularea exercițiilor • Studii de caz • Simulări pe computer
5	Evaluare periodică	1		
6	Elaborarea și derularea programelor de vânzare – transport mărfuri	2		
7	Gestiunea stocurilor de produse finite	2		
8	Primirea, depozitarea și eliberarea din gestiune a mărfurilor	1		

Bibliografie

1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvacov A. – *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2011
2. Blythe, J. – *Managementul vânzărilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, București, 2005
3. Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
4. Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
5. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I □ i Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016
6. Donaldson B. – *Managementul vânzărilor*, Editura Codecs, București
7. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
8. Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – *Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
9. Ghiani, G., Laporte, G., Musmano, R. – *Introduction to Logistics Systems Planning and Control*, John Wiley & Sons, 2010
10. Heiman, S.E., Sanchez, D. – *The new strategic selling*, London: Kogan Page, 2012
11. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
12. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, 2012
13. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
14. Waters, C. D. J. – *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2013

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice managementului vânzării vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul comerțului, turismului □ i serviciilor;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

Notă: Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Studiu individual, echivalent curs de la forma I/F.	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic □ i a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului □ i chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale □ i chestionare orală	10% 20% 20%

10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității vânzări</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>fundamentare, elaborare și operaționalizare a planului de vânzări</i>; - cunoașterea principalelor <i>metode utilizate în fundamentarea și gestiunea stocurilor de produse finite</i>
------------------------------------	--

Data completării
26 septembrie 2017

Titular disciplină,
Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director Centru IFR,
Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU