

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

MANAGEMENTUL VÂNZĂRILOR ȘI RELAȚIILOR CU CLIENTII

Responsabil de disciplină/modul: Dr. conf. Ludmila Pascari

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.03.A.0.21	120	30	30		60	4	Română/ rusă/engleză
S.04.A.0.21	120	16	8		96	4	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	C4 Utilizarea informației în elaborarea de studii de piață în domeniul serviciilor hoteliere, turism și agrement; C6 Elaborarea, realizarea și evaluarea proiectelor în turism și servicii; C8 Construirea și aplicarea mecanismelor de asigurare a calității în turism și servicii	<i>de cunoaștere:</i> 4.1.A identifica și defini metodele, tehnicile și instrumentele de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă din domeniul de activitate 4.2.A descrie metodele, tehnicile și instrumentele de culegere, analiză a datelor referitoare la problemele pieței turistice și servicii hoteliere 6.2.A caracteriza componentele proiectelor din domeniul serviciilor publice 8.1.A descrie procesul de construire și aplicare a mecanismelor de asigurare a calității în turism și servicii 8.2.A caracteriza componentele mecanismelor de asigurare a calității în turism și servicii
		<i>de aplicare:</i> 4.3.A utiliza metodele, tehnicile și instrumentele de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă în domeniul de activitate 4.4.A aplica metodele, tehnicile și instrumentele pentru elaborarea rapoartelor privind cercetarea pieței turistice și serviciilor hoteliere 6.4.A organiza procesul de monitorizare, elaborare și realizare a proiectelor din domeniul turismului 8.3.A argumenta metodele de construire și aplicare a mecanismelor de asigurare a calității în turism și servicii 8.4.A elaborează mecanismele de asigurare a calității prin norme și standarde în turism și servicii
		<i>de integrare:</i> 4.6. A efectua prognoze a evoluției pieței turistice și serviciilor hoteliere pe baza datelor și informațiilor statistice 6.5. A utiliza unii indicatori de calitate pentru a evalua realizările proiectelor din domeniul turismului 8.5.A argumenta metodele, normele, standardele calității execuției mecanismelor de control din turism și servicii
Conținutul disciplinei	Managementul vânzărilor Managementul relațiilor cu clienții Organizarea activității de vânzări în agenția turistică Relații interpersonale Consolidarea relațiilor cu clienții prin comunicare Clientii adevăratul capital al organizației Servirea clienților ca proces Sisteme de administrare a relațiilor cu clienții Psihologia servirii turiștilor în oficiul agenției turistice Tratatul reclamațiilor	

	<p>Conflicte în relațiile cu clienții și strategii de soluționare Fidelizarea clienților. Loializarea clienților Managementul relațiilor cu clienții (CRM – Customer relationship management). Sisteme informaționale</p>
Evaluarea rezultatelor	<p><i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual-studiu de caz, aprecierea în rezultatul participării la seminar <i>Evaluarea finală</i>- examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare. <i>Nota generală</i> se va determina ca o medie ponderată în modul următor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%; • evaluare finală – 40%
Lucrul individual	<p>Studentii vor elabora un studiu de caz cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor de cercetare pe anumite domenii la nivelul entității economice. Cerințele și termenele de elaborare și prezentare se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI "Lucrul individual".</p>
Bibliografie recomandată	<p>de bază</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datculescu, Petre, Cercetarea de marketing, Ed. Brandbuilders, București, 2007; 2. Ernst, H., Hoyer, W.D., Krafft, M. and Krieger, K. (2010). Customer relationship management and company performance – the mediating role of new product performance. Journal of the Academy of Marketing Science, 39(2), 290–306. 3. Ilescu, Dragoș, Petre, Dan, Psihologia reclamei și a consumatorului, Editura Comunicare.ro, București, 2010 <p>suplimentară</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. (2010) – Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR, Editura Universității din Pitești, Pitești 2. Ghiani, G., Laporte, G., Musmano, R. (2004) – Introduction to Logistics Systems Planning and Control, John Wiley & Sons 3. Heiman, S.E., Sanchez, D. (2004) – The new strategic selling, London: Kogan Page

APROBAT
la ședința departamentului EMkT
din 30.08.2018
Proces verbal nr. 1/18-19

Șef departament
Maria Hămurară, conf. univ., dr.

