



Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Colegiul Național de Comerț al ASEM

Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM

C.Bu.
Budurin- Furculiță C.
15 decembrie 2023



Curriculum modular

S.07.O.020 Tehnici de vânzări

Programul de formare profesională tehnică: 41410 Marketing

Calificarea: 332201 Agent de vânzări (calificare medie)

Numărul de credite – 4

Aprobat:

La ședința **Consiliului metodico – științific** al Colegiului Național de Comerț al ASEM,
proces – verbal nr. 4 din 12 decembrie 2023

Director adjunct pentru instruire și educație  Rotaru Irina

La ședința catedrei "**Economie, Turism, Servicii**",

proces verbal nr. 4 din 28 noiembrie 2023

Șef catedră  Patrașcu Dorina

Autor:

Șișcan Ecaterina, profesoară de discipline economice, grad didactic doi, Colegiul Național de Comerț
al Academiei de Studii Economice din Moldova

Recenzenți:

LEXUS, Chișinău, manager marketing și reclamă, Cernavca Olesea

SRL Profmet, Chișinău, șef departament "Resurse umane", Postolache Natalia

Cuprins

I.	Preliminarii.....	4
II.	Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională.....	4
III.	Competențele profesionale specifice modulului.....	5
IV.	Administrarea modulului.....	6
V.	Unitățile de învățare.....	6
VI.	Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	8
VII.	Studiul individual ghidat de profesor.....	8
VIII.	Lucrările practice recomandate.....	9
IX.	Sugestii metodologice.....	10
X.	Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	10
XI.	Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	11
XII.	Resursele didactice recomandate elevilor.....	12

I. Preliminarii

Într-o lume complexă și în continuă schimbare, dominată de concurența acerbă, cunoașterea tehnicilor de vânzare reprezintă un element fundamental pentru succesul oricărei afaceri. Asăzi, posibilitățile de alegere a consumatorilor devin practic nelimitate, iar ofertele producătorilor sunt caracterizate printr-o relativă omogenitate. În aceste condiții, clienții caută mai mult decât un simplu produs sau serviciu. Ei sunt în căutarea unor experiențe și relații autentice cu companiile. Astfel, unitatea de curs *S.07.O.020 „Tehnici de vânzări”* va permite elevilor să însușească tehnicile de vânzare corespunzătoare pentru a înțelege nevoile și dorințele clienților și construi relații de încredere, care duc la loialitate pe termen lung.

Proiectarea curriculară e realizată în baza prevederilor domeniului de formare profesională 414 „Marketing și Publicitate” la specialitatea 41410 „Marketing”, a Planului de formare profesională elaborat de Colegiul Național de Comerț al ASEM și aprobat de Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova prin Nr.590 SC-27/22 din 22.06.2022 și Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova.

Unitatea de curs *S.07.O.020 „Tehnici de vânzări”* se concentrează pe dezvoltarea unei înțelegeri profunde a întregului proces de vânzare, de la identificarea oportunităților de vânzare până la încheierea tranzacției și menținerea relațiilor cu clienții. Cursul este orientat spre formarea și dezvoltarea cunoștințelor, abilităților și competențelor necesare pentru organizarea eficientă a procesului de vânzare.

Scopul unității de curs *S.07.O.020 „Tehnici de vânzări”* este să pregătească profesioniști capabili să navigheze cu succes în lumea complexă a vânzărilor, să genereze venituri pentru organizații și să creeze relații durabile cu clienții. Acest curs este esențial pentru formarea unei forțe de vânzare eficiente și pentru succesul afacerii într-un mediu din ce în ce mai competitiv.

Pentru dezvoltarea competențelor specifice unității de curs, elevul trebuie să posede cunoștințe și abilități dobândite în cadrul unităților de curs: G.03.O.002 Bazele comunicării, U.04.O.006 Bazele antreprenoriatului, F.02.O.009 Bazele comerțului, F.04.O.012 Corespondența economică, F.05.O.013 Marketing, F.06.O.015 Politici de marketing.

II. Motivația, utilitatea modului pentru dezvoltarea profesională

În condițiile unui mediu extrem de competitiv și schimbări rapide în tehnologie și preferințele consumatorilor, cunoașterea tehnicilor de vânzare devine esențială. Aplicarea acestor tehnici permit companiilor să se diferențieze într-un peisaj concurențial intens, să satisfacă așteptările ridicate ale clienților și să se adapteze constant la schimbările pieței. Totodată, pe măsură ce consumatorii devin din ce în ce mai informați și exigenți, tehnicile de vânzare devin un instrument vital pentru a crea și menține relații durabile cu clienții.

În acest context, unitatea de curs vine în sprijinul viitorilor agenți de vânzări oferindu-le o înțelegere holistică a procesului de vânzare, setul esențial de tehnici și instrumente de lucru utile în domeniul vânzărilor, dezvoltând abilitățile și competențele necesare pentru organizarea eficientă a procesului de vânzare, abilitățile de negociere și gestionare a relațiilor cu clienții.

Unitatea de curs oferă elevului posibilitatea aplicării raționamentului profesional în a soluționa probleme și situații reale, facilitându-i integrarea cu succes în activitatea profesională.

Cunoștințele, abilitățile și competențele obținute pe parcursul studierii unității de curs „*Tehnici de vânzări*”, vor servi ca bază pentru formarea profesională a elevilor la așa unități de curs precum: S.08.O.023 Tehnici promoționale, S.08.O.026 Tehnici de negociere, P.08.O.030 Practica ce anticipează proba de absolvire.

III. Competențele profesionale specifice modulului

În cadrul unității de curs vor fi formate și dezvoltate următoarele competențe profesionale specifice:

Nr.	Competențele specifice unității de curs	Unitățile de competență
1.	CS.1 Gestionarea proceselor de vânzare prin utilizarea instrumentelor digitale	UC.1.1 Gestionarea și utilizarea bazelor de date despre clienți și prospekți; UC.1.2 Crearea și gestionarea conținutului pe rețele de socializare și site-uri web.
2.	CS.2 Întocmirea/completarea documentelor specifice activităților de vânzare	UC.2.1 Întocmirea documentelor aferente procesului de vânzare; UC.2.2 Redactarea corespondenței comerciale; UC.2.3 Elaborarea și prezentarea ofertelor comerciale personalizate pentru clienți; UC.2.4 Utilizarea tehnicilor de comunicare persuasivă pentru a sprijini procesul de vânzare.
3.	CS.3 Colectarea și interpretarea datelor de marketing	UC.3.1 Identificarea și culegerea informațiilor necesare definirii profilului consumatorului; UC.3.2 Identificarea nevoilor clienților prin utilizarea tehnicilor de comunicare aferente procesului de vânzare.
4.	CS.4 Identificarea oportunităților de piață	UC.4.1 Aplicarea metodelor de prospectare a pieței în vederea identificării oportunităților de afaceri.
5.	CS.5 Realizarea programelor de promovare și stimulare a vânzărilor	UC.5.1 Personalizarea ofertei în corespundere cu tipul și caracteristicile clientului; UC.5.2 Utilizarea tehnicilor potrivite pentru gestionarea obiecțiilor clientului și încheierea vânzării; UC.5.3 Elaborarea strategiilor de fidelizare a clienților; UC.5.4 Proiectarea activităților specifice forței de vânzare; UC.5.5 Evaluarea eficienței activității forței de vânzare; UC.5.6 Elaborarea soluțiilor de perfecționare a

		activității forței de vânzare.
--	--	--------------------------------

IV. Administrarea modului

Codul unității de curs	Denumirea unității de curs	Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
			Total	Contact direct		Studiul individual		
				Teorie	Practică			
S.07.0.020	Tehnici de vânzări	VII	120	36	24	60	Examen	4

V. Unitățile de învățare

Unitățile de competență	Unitățile de conținut	Abilitățile
1. Aspecte definitorii ale vânzării		
UC.5.4 Proiectarea activităților specifice forței de vânzare	1.1. Definiția și tipologia vânzărilor 1.2. Forța de vânzare: concept și obiective 1.3. Profilul și calitățile necesare agentului de vânzări 1.4. Etapele procesului de vânzare	A.1.1 Definirea clară a obiectivelor și atribuțiilor forței de vânzare A.1.2 Recunoașterea tipurilor de vânzători și a modelelor de comportament a acestora A.1.3 Planificarea procesului de vânzare
2. Tehnici de comunicare în vânzări		
UC.2.3 Elaborarea și prezentarea ofertelor comerciale personalizate pentru clienți UC.2.4 Utilizarea tehnicilor de comunicare persuasivă pentru a sprijini procesul de vânzare UC.3.2 Identificarea nevoilor clienților prin utilizarea tehnicilor de comunicare aferente procesului de vânzare	2.1. Ascultarea activă și înțelegerea nevoilor clienților 2.2. Tehnici de comunicare persuasivă 2.3. Comunicarea nonverbală și limbajul corpului în vânzări	A.2.1 Formularea întrebărilor relevante pentru facilitarea interacțiunii vânzător-client A.2.2 Adaptarea la stilul de comunicare al clientului A.2.3 Aplicarea tehnicilor de influențare și persuadare, ținând cont de profilul clientului A.2.4 Elaborarea mesajelor personalizate comerciale într-un mod clar și atrăgător A.2.5 Interpretarea semnalelor non-verbale și a limbajului corpului
3. Pregătirea vânzării		
UC.1.1 Gestionarea și utilizarea bazelor de date despre clienți și prospecți	3.1. Metode de prospectare a clienților 3.2. Pregătirea în vederea	A.3.1 Aplicarea tehnicilor de prospectare a clienților A.3.2 Definirea profilului diferitelor

Unitățile de competență	Unitățile de conținut	Abilitățile
UC.2.2 Redactarea corespondenței comerciale UC.3.1 Identificarea și culegerea informațiilor necesare definirii profilului consumatorului UC.4.1 Aplicarea metodelor de prospectare a pieței în vederea identificării oportunităților de afaceri	abordării 3.3.Stabilirea primului contact	categorii de clienți A.3.3 Evaluarea și calificarea prospecților A.3.4 Identificarea surselor de informații utile în vederea abordării clienților A.3.5 Aplicarea tehnicilor de captare a atenției pentru inițierea primului contact A.3.6 Elaborarea mesajelor și scrisorilor pentru inițierea primului contact
4. Negocierea și încheierea vânzării		
UC.2.1 Întocmirea documentelor aferente procesului de vânzare UC.2.3 Elaborarea și prezentarea ofertelor comerciale personalizate pentru clienți UC.3.2 Identificarea nevoilor clienților prin utilizarea tehnicilor de comunicare aferente procesului de vânzare UC.5.1 Personalizarea ofertei în corespundere cu tipul și caracteristicile clientului UC.5.2 Utilizarea tehnicilor potrivite pentru gestionarea obiecțiilor clientului și încheierea vânzării	4.1.Tehnici de abordare a clientului 4.2.Identificarea nevoilor clientului 4.3.Prezentarea ofertei și argumentarea 4.4.Tehnici de contracarare a obiecțiilor 4.5.Metode de încheiere a vânzărilor	A.4.1 Aplicarea tehnicilor de abordare a clienților A.4.2 Descoperirea nevoilor clientului în vederea identificării soluției optime A.4.3 Prezentarea clară și convingătoare a ofertei, evidențiind beneficiile pentru client A.4.4 Gestionarea obiecțiilor clienților într-un mod constructiv și persuasiv A.4.5 Recunoașterea semnalelor de cumpărare și ghidarea clienților prin procesul final de luare a deciziei A.5.6 Întocmirea documentelor și gestionarea procedurilor necesare pentru finalizarea vânzărilor
5. Managementul relației cu clienții		
UC.1.1 Gestionarea și utilizarea bazelor de date despre clienți și prospecți UC.2.2 Redactarea corespondenței comerciale UC.5.3 Elaborarea strategiilor de fidelizare a clienților	5.1.Managementul relațiilor post-vânzare și fidelizarea clienților 5.2.Strategii de fidelizare a clienților	A.5.1 Utilizarea bazelor de date pentru urmărirea și gestionarea relațiilor cu clienții A.5.2 Gestionarea reclamațiilor clienților A.5.3 Elaborarea mesajelor și scrisorilor în scopul menținerii relației cu clienții A.5.4 Proiectarea strategiilor de fidelizare a clienților
6. Vânzările online și marketingul digital		
UC.1.1 Gestionarea bazelor de date pentru a stoca și	6.1.Tehnici de vânzări online 6.2.Utilizarea rețelelor sociale	A.6.1 Utilizarea instrumentelor de marketing digital pentru

Unitățile de competență	Unitățile de conținut	Abilitățile
accesa informații despre clienți și prospekți UC.1.2 Crearea și gestionarea conținutului pe rețele de socializare și site-uri web	pentru vânzări 6.3. Protecția datelor și în confidențialitatea vânzărilor online	prospectarea, atragerea și retenția clienților A.6.2 Urmărirea metricilor relevante pentru evaluarea eficienței strategiilor de marketing și vânzări A.6.3 Respectarea normelor legale și etice privind datele cu caracter personal
7. Evaluarea performanței în vânzări		
UC.5.5 Evaluarea eficienței activității forței de vânzare UC.5.6 Elaborarea soluțiilor de perfecționare a activității forței de vânzare	7.1. Indicatori de evaluare a performanței în vânzări 7.2. Strategii de îmbunătățire a performanței agentului de vânzări	A.7.1 Analiza indicatorilor de evaluare a performanței în vânzări A.7.2 Identificarea oportunităților și strategiilor de îmbunătățire a performanței

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare

Nr.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică	
1.	Aspecte definitorii ale vânzării	18	6	4	8
2.	Tehnici de comunicare în vânzări	14	4	4	6
3.	Pregătirea vânzării	14	4	2	8
4.	Negocierea și încheierea vânzării	32	10	6	16
5.	Managementul relației cu clienții	14	4	2	8
6.	Vânzările online și marketingul digital	16	4	4	8
7.	Evaluarea performanței în vânzări	12	4	2	6
Total		120	36	24	60

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materiile pentru studiul individual	Produsele de elaborat	Modalitățile de evaluare	Termenii de realizare
1. Aspecte definitorii ale vânzării			
1.1. Locul și rolul forțelor de vânzare în cadrul firmei.	Eseu structurat	Comunicare	Săptămâna 2
1.2. Alegerea strategiilor de abordare a clienților în funcție de tipul de cumpărător.	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 3
2. Tehnici de comunicare în vânzări			

2.1.Principiile persuasiunii și aplicarea lor în vânzări.	Prezentare PPT	Comunicare	Săptămâna 4-5
3. Pregătirea vânzării			
3.1.Identificarea clienților potențiali pentru un produs/serviciu.	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 6
4. Negocierea și încheierea vânzării			
4.1.Simularea procesului de negociere și încheiere a vânzării, utilizând tehnicile și mijloacele potrivite pentru identificării nevoilor, prezentarea ofertei, depășirea obiecțiilor și încheierea vânzării.	Portofoliu	Prezentarea portofoliului	Săptămâna 7-10
5. Managementul relației cu clienții			
5.1.Rolul și importanța sistemelor și strategiilor CRM în gestionarea eficientă a relației cu clienții.	Rezumat scris	Prezentarea rezumatului	Săptămâna 11
5.2.Analiza strategiilor pentru creșterea loialității clienților utilizate de o firmă.	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 12
6. Vânzările online și marketingul digital			
6.1. Analiza site-urile web ale firmelor concurente în vederea identificării strategiilor și tehnicilor de vânzare online pe care le folosesc	Proiect individual	Prezentarea proiectului	Săptămâna 13-14
7. Evaluarea performanței în vânzări			
7.1. Analiza comparativă a metodelor de evaluarea a performanței în vânzări	Tabel comparativ	Prezentare	Săptămâna 15

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr.	Unitățile de învățare	Lista lucrărilor practice	Ore
1.	Aspecte definitorii ale vânzării	1.1.Funcțiile și obiectivele forțelor de vânzare în cadrul firmei	2
		1.2.Identificarea profilului vânzătorului în vederea stabilirii sarcinilor atribuite fiecărui agent de vânzări	2
2.	Tehnici de comunicare în vânzări	2.1.Utilizarea comunicării persuasive în activitatea agenților de vânzări.	2
		2.2.Codificarea și decodificarea limbajului nonverbal	2
3.	Pregătirea vânzării	3.1.Identificarea și calificarea clienților potențiali	2
4.	Negocierea și încheierea vânzării	4.1.Utilizarea tehnicilor de formulare a întrebărilor în vederea depistării nevoilor clienților și elaborării soluțiilor	2
		4.2. Gestionarea obiecțiilor clienților	2
		4.3. Simularea procesului de încheiere a vânzării	2
5.	Managementul relației cu clienții	5.1. Alegerea și argumentarea strategiilor de fidelizare a clienților	2
6.	Vânzările online și marketingul digital	6.1.Crearea conținutului pentru site-uri web sau rețele de socializare în vederea promovării produsului.	2
		6.2. Identificarea soluțiilor pentru îmbunătățirea	2

		funcționalității site-ului unui magazin online. Studiu de caz.	
7.	Evaluarea performanței în vânzări	7.1. Evaluarea performanței în vânzări, identificând zonele de succes și cele care necesită îmbunătățiri. Studiu de caz.	2
Total			24

IX. Sugestii metodologice

Asigurarea metodică a procesului de predare-învățare-evaluare se va realiza de către cadrele didactice care propun elevilor pachetul de materiale necesar:

- suportul informațional pentru unitatea de curs;
- materiale pentru activitate în auditoriu;
- materiale-suport pentru activitatea de învățare individuală a elevilor, materiale pentru autoevaluare, inclusiv, studii de caz, teste de control, teste-grilă, întrebări pentru examene etc.

În procesul de predare – învățare – evaluare vor fi utilizate cele mai eficiente metode, procedee și mijloace de învățare în dependență de capacitățile individuale ale elevilor.

La alegerea strategiilor didactice se va ține cont de: scopurile și obiectivele propuse, conținuturile stabilite, resursele didactice, nivelul de pregătire inițială și capacitățile elevilor, competențele ce trebuie dezvoltate. Se recomandă aplicarea metodelor interactive de lucru cu elevii, cum ar fi investigarea, descoperirea, simularea, prezentarea, etc.

Studiul individual ghidat de profesor va fi realizat pentru fiecare unitate de conținut, propunându-le elevilor în acest scop sarcini individualizate. Se recomandă aplicarea metodelor interactive de lucru cu elevii, cum ar fi discuția, comunicarea reciprocă, prezentarea ș.a.

X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Pe parcursul procesului de învățare la unitatea de curs „*Tehnici de vânzări*”, în funcție de momentul realizării actului evaluativ, se vor utiliza formele de evaluare: formativă și sumativă.

Evaluarea formativă se va desfășura pe tot parcursul studierii unității de curs, având ca scop urmărirea sistematică a progresului elevilor. Evaluarea formativă se va realiza prin probe orale și scrise (fișe de lucru, teste, studii de caz ect.), în funcție de cerințele unității de competență.

Evaluarea sumativă se realizează la finele studierii unității de curs sub forma unui examen integrat.

Nota finală se va stabili în proporție de 60% reușita curentă și 40% nota de la examen

Nivelul de formare și dezvoltare a competențelor profesionale specifice se va evalua în baza următoarelor produse:

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive

Nr.	Produsele pentru măsurarea competențelor	Criteriile de evaluare a produselor
1.	Argumentare orală	• Corectitudinea formulării temei; • Structurarea logică a tezelor propuse pentru discuție; • Apelarea la propria experiență în argumentare; • Utilizarea corectă a mijloacelor orale de exprimare.
2.	Investigația	• Definirea și înțelegerea problemei investigate; • Folosirea diverselor procedee pentru obținerea datelor necesare; • Colectarea și organizarea datelor obținute; • Formularea și verificarea ipotezei cu privire la problema luată în studiu.
3.	Demonstrația	• Corectitudinea ipotezei; • Corectitudinea concluziei; • Corectitudinea metodei de demonstrație; • Originalitatea metodei de demonstrație; • Corectitudinea raționamentelor.
4.	Problema rezolvată	• Înțelegerea problemei; • Formularea și testarea ipotezelor; • Stabilirea strategiei rezolutive; • Prezentarea și interpretarea rezultatelor.
5.	Studiu de caz	• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus; • Calitatea soluțiilor, ipoteze propuse; • Corectitudinea lingvistică a formulării; • Logica formulării; • Rezolvarea corectă a problemei; • Aprecierea critică, individualitatea răspunsurilor.
6.	Proiect individual	• Validitatea proiectului; • Completitudinea proiectului; • Elaborarea și structura proiectului; • Calitatea materialului folosit în realizarea proiectului; • Creativitate.
7.	Eseu structurat	• Completitudinea interpretării informațiilor; • Claritatea; • Argumentarea; • Coerență logică, • Interacțiunea cu materialul bibliografic; • Originalitatea, creativitatea, inovațiile.
8.	Test rezolvat	• Scorurilor însumate în corespundere cu baremul de corectare, în baza criteriilor de evaluare specifi ce itemilor incluși în test.

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

Pentru a realiza cu succes obiectivele de formare și dezvoltare a competențelor în cadrul unității de curs „*Tehnici de vânzări*” trebuie asigurat un mediu de învățare autentic, relevant și centrat pe elev.

Sălile de curs vor fi dotate cu mobilier, tablă și/sau proiector multimedia și va asigura condiții adecvate procesului de instruire.

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr.	Denumirea resurselor	Locul în care poate fi consultată resursa
1.	<i>Aproape totul despre managementul echipei de vânzări/</i> coord.: A.M. Cioroianu. București: Evrika Publishing, 2019. - 214 p. ISBN 978-606-94572-8-3.	Biblioteca Științifică ASEM
2.	CARNEGIE, D. <i>Tehnici de a vinde: cum să vindeți mai mult și mai bine</i> . București: Curtea Veche Publishing, 2014.	Biblioteca Științifică ASEM
3.	CĂLINESCU, S. <i>De la vânzător la om de vânzări</i> . București: Evrika Publishing, 2019. 146 p. ISBN 978-606-94572-6-9.	Biblioteca Științifică ASEM
4.	FORSYTH, P. <i>100 idei geniale de vânzări</i> . București : Adevărul, 2011. 239 p. ISBN 978-606-539-851-1	Biblioteca Științifică ASEM
5.	HOPKINS, T. <i>Cartea despre vânzări: [curs intensiv - cum să stăpânești arta de a vinde]</i> . București: Business Tech International, 2014. 557 p. ISBN 978-973-8495-84-5.	Biblioteca Științifică ASEM