Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM

"Aprob"

Directoarea Colegiului Național de Comerț al ASEM

_____ BUDURIN-FURCULIȚĂ Cristina

„26" iunie 2025

Curriculum la modulul

S.08.O.023 Tehnici de vânzări

Specialitatea: **1013.1 Organizarea serviciilor în hoteluri și complexe turistice**

Calificarea: **1013.1.1 Agent/agentă servicii client/clientă**

2025

Aprobat:

La şedinţa **Consiliului metodico – ştiinţific** al Colegiului Naţional de Comerţ al ASEM,

din „04” iunie 2025, proces – verbal nr. 6

Directoare adjunctă pentru instruire şi educaţie ROTARU Irina

La şedinţa catedrei **„Economie, Turism, Servicii”,**

din „30” mai 2025, proces verbal nr. 11

Şefă catedră PATRAŞCU Dorina

Coordonat cu:

I. P. Centrul de Excelenţă în Viticultură şi Vinificaţie din Chişinău

Autori:

GUŢU Livia, grad didactic superior, Colegiul Naţional de Comerţ al ASEM

CIOBANU Svetlana, grad didactic doi, Colegiul Naţional de Comerţ al ASEM

Recenzenţi:

TURCOV Elena, dr. hab., prof. univ., ASEM

LIVANDOVSCHI Roman, conf. univ., dr., ASEM

Cuprins:

I. Preliminarii **4**

II. Motivaţia, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională **4**

III. Competenţele profesionale și rezultate ale învățării specifice modulului **5**

IV. Administrarea modulului **6**

V. Repartizarea orientativă a orelor pe unităţile de învăţare **6**

VI. Unităţile de învăţare **6**

VII. Studiul individual ghidat de profesor **8**

VIII. Lucrările practice şi/sau de laborator recomandate **9**

IX. Sugestii metodologice **10**

X. Sugestii de evaluare **10**

XI. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării **11**

XII. Resursele didactice recomandate elevilor **133**

I. Preliminarii

Proiectarea curriculară la modulul *S.08.O.023 Tehnici de vânzări* se realizează în conformitate cu prevederile specifice domeniului de formare profesională *1013* Servicii hoteliere, restaurante şi alimentaţie publică, a Planului de învăţământ elaborat de CNC al ASEM şi aprobat de Ministerul Educaţiei şi Cercetării al Republicii Moldova prin Nr.de înregistrare SC-81/24 din 03.09.2024, Ordinul nr.1229/2024, destinat realizării procesului de pregătire a viitorului specialist de la PFPT **1013.1. Organizarea serviciilor în hoteluri şi complexe turistice**, calificarea **1013.1.1 Agent/agentă servicii client/clientă** la componenta discipline de specialitate şi este destinat elevilor anului IV, cu studierea ei în semestrul opt.

Într-o lume complexă şi în continuă schimbare, dominată de concurenţa acerbă, cunoaşterea tehnicilor de vânzare reprezintă un element fundamental pentru succesul oricărei afaceri. Astăzi, posibilităţile de alegere a consumatorilor devin practic nelimitate, iar ofertele producătorilor sunt caracterizate printr-o relativă omogenitate. În aceste condiţii, clienţii caută mai mult decât un simplu produs sau serviciu. Ei sunt în căutarea unor experienţe şi relaţii autentice cu companiile. Astfel, modulul *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări"* va permite elevilor să însuşească tehnicile de vânzare corespunzătoare pentru a înţelege nevoile şi dorinţele clienţilor şi construi relaţii de încredere, care duc la loialitate pe termen lung.

Modulul *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări"* se concentrează pe dezvoltarea unei înţelegeri profunde a întregului proces de vânzare, de la identificarea oportunităţilor de vânzare până la încheierea tranzacţiei şi menţinerea relaţiilor cu clienţii. Cursul este orientat spre formarea şi dezvoltarea cunoştinţelor, abilităţilor şi competenţelor necesare pentru organizarea eficientă a procesului de vânzare.

Scopul modulului *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări"* este să pregătească profesionişti capabili să navigheze cu succes în lumea complexă a vânzărilor, să genereze venituri pentru organizaţii şi să creeze relaţii durabile cu clienţii. Acest modul este esenţial pentru formarea unei forţe de vânzare eficiente şi pentru succesul afacerii într-un mediu din ce în ce mai competitiv.

Pentru dezvoltarea competenţelor specifice unităţii de curs, elevul trebuie să posede cunoştinţe şi abilităţi dobândite în cadrul unităţilor de curs:

G.03.O.002 Tehnici de comunicare;
F.04.O.010 Corespondenţa economică,
U.05.O.005 Bazele antreprenorialului;
F.06.O.012 Management;
F.07.O.014 Marketingul unităţilor de cazare.

II. Motivaţia, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională

În condiţiile unui mediu extrem de competitiv şi schimbări rapide în tehnologie şi preferinţele consumatorilor, cunoaşterea tehnicilor de vânzare devine esenţială. Aplicarea acestor tehnici permit companiilor să se diferenţieze într-un peisaj concurenţial intens, să satisfacă aşteptările ridicate ale clienţilor şi să se adapteze constant la schimbările pieţei. Totodată, pe măsură ce consumatorii devin din ce în ce mai informaţi şi exigenţi, tehnicile de vânzare devin un instrument vital pentru a crea şi menţine relaţii durabile cu clienţii.

În acest context, modulul *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări"* vine în sprijinul viitorilor agenţi servicii client/clientă oferindu-le o înţelegere holistică a procesului de vânzare, setul esenţial de tehnici şi instrumente de lucru utile în domeniul vânzărilor, dezvoltând abilităţile şi

competenţele necesare pentru organizarea eficientă a procesului de vânzare, abilităţile de negociere şi gestionare a relațiilor cu clienții.

Modulul oferă elevului posibilitatea aplicării raționamentului profesional în a soluționa probleme şi situații reale, facilitându-i integrarea cu succes în activitatea profesională.

Cunoştințele, abilitățile şi competențele obținute pe parcursul studierii modulului *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări"*, vor servi ca bază pentru formarea profesională a elevilor la așa unități de curs precum:

U.08.O.007 Psihologia social-economică;
F.08.O.015 Dezvoltarea durabilă în industria ospitalității;
P.08.O.030 Practica ce anticipează probele de absolvire.

III. Competenţele profesionale şi rezultate ale învățării specifice modulului

În cadrul modulului *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări"* vor fi formate şi dezvoltate următoarele competențe profesionale:

CP.10. Promovarea, vânzarea şi efectuarea operaţiunilor de plată a serviciilor, dovedind responsabilitate pentru atingerea obiectivelor unităţii de cazare;

CP.11. Colectarea informaţiilor, valorificarea, organizarea şi vanzarea serviciilor complementare şi activităţilor de agrement care pot influenţa diversificarea şi sporirea atractivităţii serviciilor şi structurii cu funcţiune de cazare;

CP.15. Elaborarea propunerilor pentru politici şi strategii de marketing a intreprinderii cu funcţiune de cazare;

Competențe specifice modulului:
CS1. Gestionarea proceselor de vânzare prin utilizarea instrumentelor digitale;
CS2. Identificarea nevoilor clienților prin utilizarea tehnicilor de comunicare aferente procesului de vânzare;
CS3. Aplicarea metodelor de prospectare a pieței în vederea identificării oportunităților de afaceri;
CS4. Distingerea și utilizarea tehnicilor potrivite pentru gestionarea obiecțiilor clientului și încheierea vânzării;
CS5. Schematizarea strategiilor de fidelizare a clienților;
CS6. Diferențierea conținutului pe rețele de socializare și site-uri web;
CS7. Distingerea indicatorilor de evaluare a performanței în vânzări.

La finele studierii modulului *S.08.O.023 „Tehnici de vânzări", elevul va fi capabil să:*
RÎ1. Proiecteze activităţi specifice forței de vânzare;
RÎ2. Elaboreze şi prezente oferte comerciale personalizate pentru clienți;
RÎ3. Identifice profilul consumatorului;
RÎ4. Întocmească documentele aferente procesului de vânzare;
RÎ5. Aplice strategii de fidelizare a clienților;
RÎ6. Folosească rețelele sociale pentru vânzări;
RÎ7. Estimeze eficiența activității forței de vânzare.

IV. Administrarea modulului

Semestrul	Numărul de ore				Forma de evaluare	Numărul de credite
	Total ore	Contact direct		Studiul individual		
		Teorie	Practică/ Laborator			
8	120	36	24	60	Examen	4

V. Repartizarea orientativă a orelor pe unităţile de învăţare

Nr.	Unităţi de învăţare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică/ laborator	
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**

VI. Unităţile de învăţare

Unităţi de competenţă	Unităţi de conţinut	Activităţi de învăţare recomandate
1. Aspecte definitorii ale vânzării		
CS1. Gestionarea proceselor de vânzare prin utilizarea instrumentelor digitale;	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		
CS2. Identificarea nevoilor clienților prin utilizarea tehnicilor de comunicare aferente procesului de vânzare aferente procesului de	2.1.Ascultarea activă și înțelegerea nevoilor clienților 2.2.Tehnici de comunicare persuasivă	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

Unităţi de competenţă	Unităţi de conţinut	Activităţi de învăţare recomandate
vânzare	2.3.Comunicarea nonverbală şi limbajul corpului în vânzări	influenţare şi persuadare, ţinând cont de profilul clientului A.2.4 Elaborarea mesajelor personalizate comerciale într-un mod clar şi atrăgător A.2.5 Interpretarea semnalelor non-verbale şi a limbajului corpului
3. Pregătirea vânzării		
CS3. Aplicarea metodelor de prospectare a pieţei în vederea identificării oportunităţilor de afaceri;	3.1.Metode de prospectare a clienţilor 3.2.Pregătirea în vederea abordării 3.3.Stabilirea primului contact	A.3.1 Aplicarea tehnicilor de prospectare a clienţilor A.3.2 Definirea profilului diferitelor categorii de clienţi A.3.3 Evaluarea şi calificarea prospecţilor A.3.4 Identificarea surselor de informaţii utile în vederea abordării clienţilor A.3.5 Aplicarea tehnicilor de captare a atenţiei pentru iniţierea primului contact A.3.6 Elaborarea mesajelor şi scrisorilor pentru iniţierea primului contact
4. Negocierea şi încheierea vânzării		
CS4. Distingerea şi utilizarea tehnicilor potrivite pentru gestionarea obiecţiilor clientului şi încheierea vânzării;	4.1.Tehnici de abordare a clientului 4.2.Identificarea nevoilor clientului 4.3.Prezentarea ofertei şi argumentarea 4.4.Tehnici de contracarare a obiecţiilor 4.5.Metode de încheiere a vânzărilor	A.4.1 Aplicarea tehnicilor de abordare a clienţilor A.4.2 Descoperirea nevoilor clientului în vederea identificării soluţiei optime A.4.3 Prezentarea clară şi convingătoare a ofertei, evidenţiind beneficiile pentru client A.4.4 Gestionarea obiecţiilor clienţilor într-un mod constructiv şi persuasiv A.4.5 Recunoaşterea semnalelor de cumpărare şi ghidarea clienţilor prin procesul final de luare a deciziei A.5.6 Întocmirea documentelor şi gestionarea procedurilor necesare pentru finalizarea vânzărilor
5. Managementul relaţiei cu clienţii		

Unităţi de competenţă	Unităţi de conţinut	Activităţi de învăţare recomandate
CS5. Schematizarea 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		
CS6. Diferențierea conținutului pe rețele de socializare şi site-uri web;	6.1.Tehnici de vânzări online 6.2.Utilizarea rețelelor sociale pentru vânzări 6.3.Protecția datelor şi confidențialitatea în vânzările online	A.6.1 Utilizarea instrumentelor de marketing digital pentru 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		
CS7. Distingerea indicatorilor de evaluare a performanței în vânzări.	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

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalităţi de evaluare	Numărul de ore
RÎ 1. *Proiecteze activități specifice forței de vânzare*			
1.1. Locul şi rolul forțelor de vânzare în cadrul firmei. 1.2.Alegerea strategiilor de abordare a clienților în funcție de tipul de cumpărător.	Eseu structurat Studiul de caz	Comunicare Prezentarea studiului	6
RÎ 2. *Elaboreze și prezente oferte comerciale personalizate pentru clienți*			
2.1.Principiile persuasiunii și aplicarea lor în vânzări.	Prezentare PPT	Comunicare	8
RÎ 3. *Identifice profilul consumatorului*			

3.1.Identificarea clienților potențiali pentru un produs/serviciu.	Studiul de caz	Prezentarea studiului	8
***RÎ 4**. Întocmească documentele aferente procesului de vânzare*			
4.1.Simularea procesului de negociere și încheiere a vânzării, utilizând utilizând tehniicie și mijloacele potrivite pentru identificării nevoilor, prezentarea ofertei, depășirea obiecțiilor și încheierea vânzării.	Portofoliu	Prezentarea portofoliului	16
***RÎ 5**. Aplice strategii de fidelizare a clienților*			
5.1.Rolul și importanța sistemelor și strategiilor CRM în gestionarea eficientă a relației cu clienții. 5.2.Analiza strategiilor pentru creșterea loialității clienților utilizate de o firmă.	Rezumat scris Studiul de caz	Prezentarea rezumatului Prezentarea studiului	8
***RÎ 6.** Folosească rețelele sociale pentru vânzări*			
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	8
***RÎ 7.** Estimeze eficiența activității forței de vânzare*			
1.1. Analiza comaparativă a metodelor de evaluarea a performanței în vânzări	Tabel comparativ	Prezentare	6

VIII. Lucrările practice și/sau de laborator recomandate

1. Funcțiile și obiectivele forțelor de vânzare în cadrul firmei
2. Identificarea profilului vânzătorului în vederea stabilirii sarcinilor atribuite fiecărui agent de vânzări
3. Utilizarea comunicării persuasive în activitatea agenților de vânzări.
4. Codificarea și decodificarea limbajului nonverbal
5. Identificarea și calificarea clienților potențiali
6. Utilizarea tehnicilor de formulare a întrebărilor în vederea depistării nevoilor clienților și elaborării soluțiilor
7. Gestionarea obiecțiilor clienților
8. Simularea procesului de încheiere a vânzării
9. Alegerea și argumentarea strategiilor de fidelizare a clienților
10. Crearea conținutului pentru site-uri web sau rețele de socializare în vederea promovării produsului.
11. Identificarea soluțiilor pentru îmbunătățirea funcționalității site-ului unui magazin online. Studiu de caz.
12. Evaluarea performanței în vânzări, identificând zonele de succes și cele care necesită îmbunătățiri. Studiu de caz.

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

Pe parcursul procesului de învățare modulul *S.08.O.023 „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 competentă.

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 experiența 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;

Nr.	Produsele pentru măsurarea competențelor	Criteriile de evaluare a produselor
		• 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 si 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. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării

Pentru desfășurarea orelor teoretice și practice la modulul *S.08.O.023 Tehnici de vînzări*, sunt necesare condițiile elementare.

Standardul de dotare a sălii de curs

Suprafața totală a sălii de curs – nu mai puțin de 30 m^2

Suprafața pentru un elev – 1, 0 m^2

Numărul de locuri de lucru – 1 elev la o bancă

Nr. crt.	Denumirea	Cantitatea per elev	Cantitatea per sală de curs
	a) Echipamente		
1.	Videoproiector sau ecran interactiv digital (pentru prezentări și simulări)	-	1
2.	Laptop/PC pentru profesor și elevi (unde este posibil)	-	1
3.	Sistem audio (boxe, microfon, dacă se lucrează cu materiale multimedia)	-	1
4.	Acces la internet (Wi-Fi stabil pentru utilizarea platformelor educaționale și a resurselor online)	-	+
5.	Imprimantă și scanner (pentru documente, fișe de lucru, materiale de evaluare)	-	1
	b) Mobilier și tehnică sanitară		
6.	Bănci și scaune ergonomice pentru elevi	1	Depinde de numărul de elevi în grupă
7.	Masă și scaun pentru profesor	1	1
8.	Dulapuri pentru materiale didactice și echipamente	-	1
9.	Panou/tablă clasică sau/și tablă smart	-	1
	c) Utilaj tehnologic		
10.	Calculator cu softuri de management (ex: Excel, platforme educaționale pentru demonstrații)	-	1
	d) Instrumente și dispozitive		
11.	Seturi de materiale (studii de caz, teste, suport de curs) pentru simulări și jocuri de rol	-	1
12.	Cronometru și timer vizual (pentru gestionarea activităților în echipă)	-	1
	d) Inventar și ustensile		
13.	Dosare, bibliorafturi și mape pentru organizarea lucrărilor elevilor	-	1
14.	Seturi de instrumente de scris și materiale consumabile (pixuri, coli, post-it-uri, rigle etc.)	-	1
15.	Manuale, ghiduri și broșuri informative pentru disciplină	-	1
16.	Materiale de simulare: formulare de planificare a bugetului, fișe cu studii de caz,	-	1

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

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