

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024 - 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Inginerie
1.3. Departament	Inginerie Industrială și Management
1.4. Domeniul de studiu	Inginerie
1.5. Ciclul de studii ¹	Master
1.6. Specializarea	Logistica Industrială

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul relațiilor cu clienții	Cod	mLI 304 So
2.2. Titular activități de curs	Ș.I. dr. ing. Carmen Barb		
2.3. Titular activități practice	Ș.I. dr. ing. Carmen Barb		
2.4. An de studiu ²	II	2.5. Semestrul ³	3
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	SO	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	SO

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	0	1	0	0	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	0	14	0	0	42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat ⁹					0
Examinări ¹⁰					2
3.3. Total ore alocate studiului individual ¹¹ (NOSIsem)					58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					42
3.5. Total ore pe semestru ¹² (NOADsem + NOSIsem)					100
3.6. Nr ore / ECTS					100/4
3.7. Număr de credite ¹³					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Nu e cazul
4.2. Competențe	Nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Participare activă Lectura suportului de curs
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	Elaborarea și susținerea lucrărilor planificate Participare activă

6. Competențe specifice acumulate¹⁷

Număr de credite alocat disciplinei ¹⁸			Repartizare credite pe competențe ¹⁹
6.1. Competențe profesionale	CP1	Cunoașterea și înțelegerea conceptelor specifice; Cunoașterea și înțelegerea modalităților de aplicare în practică a acestor concepte;	0,4
	CP2	Cunoașterea și aplicarea metodelor și tehnicilor folosite: organizare, planificare, etc	0,4
	CP3	Să explice și să interpreteze noțiunile generale privind principiile generale și specifice diferitelor tipuri de produse și servicii;	,04
	CP4	Să interpreteze informațiile obținute din exploatarea unor activități specifice acestei discipline, etc	,04
6.2. Competențe transversale	CT1	Să urmărească indicatorii specifici managementului relațiilor cu clienții, să înregistreze, să prelucereze și să interpreteze informații	,04
	CT2	Să prescrie măsuri eficiente de îmbunătățire a activităților de vânzări și de marketing ale firmei;	,04
	CT3	Să utilizeze principalele metode specifice cercetării de piață.	,04
	CT4	Să adopte strategiile de organizare adecvate, fundamentate pe datele colectate și prelucrate sau pe informațiile obținute din diverse surse;	0,4
	CT5	Să aprecieze critic și corect rezultatele obținute în domeniul managementului relațiilor cu clienții și să participe activ la îmbunătățirea continuă a acestora;	0,4
	CT6	Să se implice în toate activitățile specifice și să implementeze aceste concepte.	0,2
	CT7	Lucrul în echipă, analiza sistemelor complexe, gândirea critică, rezolvarea creativă a situațiilor de criză, etc	0,2

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Îmbinarea cunoștințelor acumulate din domeniile marketingului, managementului marketingului, cercetării de piață în scopul orientării spre client a firmelor
7.2. Obiectivele specifice	Utilizarea unor metode noi utilizate în identificarea nevoilor clienților, dezvoltării de produse și servicii noi și în rezolvarea problemelor actuale. Acestea sunt: design thinking, water fall flow, agile, lean, PBL, etc

8. Conținuturi

8.1. Curs ²⁰		Metode de predare ²¹	Nr. ore
Curs 1	Managementul relațiilor cu clienții și orientarea spre client. Elemente introductive. Tendințe noi în managementul relațiilor cu clienții. Definire concepte. Strategii de vânzări și tipuri de afaceri	conversația euristică explicația prelegerea intensificată	2
Curs 2	Comportamentul consumatorului. Comportamentul consumatorului organizațional		2
Curs 3	Planificarea și organizarea în managementul relațiilor cu clienții..		2
Curs 4	Decizii operaționale privind managementul relațiilor cu clienții. Decizia de cunoaștere, alegere și motivarea clientului. Revizuirea bazelor de date referitoare la clienți. Evaluarea așteptărilor clienților. Dezvoltarea de planuri operaționale de rezolvare a problemelor existente și anticiparea altora, noi.		2
Curs 5	Strategii de dezvoltare a relațiilor cu clienții		2
Curs 6	Managementul conflictelor. Soluționarea conflictelor. Încheierea relațiilor cu un client.		2
Curs 7	Sisteme informaționale folosite în managemetul relațiilor cu clienții		2
Curs 8	Sistemul de control al calității și performanței managementului relațiilor cu clienții. Responsabilitățile liderilor și performanțe cerute.		2
Curs 9	Metode creative de rezolvare a problemelor, dedezvoltarea serviciilor și produselor noi.		2
Curs 10	Marketingul intern, mijloc de îmbunătățire și susținere a relațiilor cu clienții.		2
Curs 11	Etica în cercetarea de marketing, managementul marketingului și al relațiilor cu clienții. Problematika protecției consumatorilor		2
Curs 12	Monitorizare și feedback: sisteme de feedback, sisteme de control, evaluarea activităților de marketing și de vânzări, sisteme de informații manageriale, automatizarea informațiilor obținute de la clienți, sisteme informatice de luare a deciziilor în vânzări, managementul bazelor de date,		2
Curs 13	Internationalizarea: factori politici, strategii de intrare, legislație europeană în domeniu, înființarea unui departament specializat în analiza relațiilor cu clienții,		2
Curs 14	Recapitularea cunoștințelor obținute, concluzii și discuții, prezentarea unor studii de caz dezvoltate de studenți prin metode creative, inovatoare. Recapitulae.		2
		Total ore curs:	28

Activități practice (8.2.a. Seminar ²² / 8.2.b. Laborator ²³ / 8.2.c. Proiect ²⁴)	Metode de predare	Nr. ore
Act.1: Managementul relațiilor cu clienții și orientarea spre client. Elemente introductive. Tendințe noi în managementul relațiilor cu clienții. Definire concepte. Strategii de vânzări și tipuri de afaceri	Conversația, dezbateră, jocul de rol	1
Act.2: Comportamentul consumatorului. Comportamentul consumatorului organizațional		1
Act.3: Planificarea și organizarea în managementul relațiilor cu clienții..		1
Act.4: Decizii operaționale privind managementul relațiilor cu clienții. Decizia de cunoaștere, alegere și motivarea clientului. Revizuirea bazelor de date referitoare la clienți. Evaluarea așteptărilor clienților. Dezvoltarea de planuri operaționale de rezolvare a problemelor existente și anticiparea altora, noi.		1
Act.5: Strategii de dezvoltare a relațiilor cu clienții		1
Act.6: Managementul conflictelor. Soluționarea conflictelor. Încheierea relațiilor cu un client.		1
Act.7: Sisteme informaționale folosite în managementul relațiilor cu clienții		1
Act.8: Sistemul de control al calității și performanței managementului relațiilor cu clienții. Responsabilitățile liderilor și performanțe cerute.		1
Act.9: Metode creative de rezolvare a problemelor, dezvoltarea serviciilor și produselor noi.		1
Act.10: Marketingul intern, mijloc de îmbunătățire și susținere a relațiilor cu clienții.		1
Act.11: Etica în cercetarea de marketing, managementul marketingului și al relațiilor cu clienții. Problematika protecției consumatorilor		1
Act.12: Monitorizare și feedback: sisteme de feedback, sisteme de control, evaluarea activităților de marketing și de vânzări, sisteme de informații manageriale, automatizarea informațiilor obținute de la clienți, sisteme informatice de luare a deciziilor în vânzări, managementul bazelor de date,		1
Act.13: Internationalizarea: factori politici, strategii de intrare, legislație europeană în domeniu, înființarea unui departament specializat în analiza relațiilor cu clienții,		1
Act.14: Recapitularea cunoștințelor obținute, concluzii și discuții, prezentarea unor studii de caz dezvoltate de studenți prin metode creative, inovatoare.		1
Total ore seminar/laborator		14

8.2. Activități practice

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Barb, Carmen, Managementul relațiilor cu clienții, Sibiu, Editura Tehnomedia, 2021 BĂCANU, B., Management strategic, Editura Teora, București, 1999, București, 1997 CONSTANTINESCU, D.A., Management strategic, Colecția Națională, București, 1999 CUMMINGS, I.T.G., Organization Development & Change, South-Western College Publishing, Itp Company, 1997 DAMASCHIN, N., Management total în firma secolului XXI, Editura Economică, București, 1998 DAN, V., ș.a., Management industrial. Tranziție și restructurare, Editura Economică, București, 1994 DAVID, F.R., Strategy Management, Merrill, 1989 KOTLER, P., Managementul marketingului, Editura Teora, București, 2000 LE SAGET, M., Managerul intuitiv, o nouă formă, Editura Economică, București, 1999 LEE, E., Globalization and Employment: Is Anxiety Justified?, International Labour Review, 135(5), 1996 PORTER, M.E., Competitive Advantage Of Nations, The Macmillan Press Ltd., London, 1991
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	PORTER, M.E., Competitive Strategy. Techniques For Analyzing Industries And Competitors, Free Press Edition, New York, 1980 STAHL, M.J., GRISVY, D.W., Strategic Management, PWS, Kent, Boston, 1992 STAN, SIMONA, THISTLETHWAITE, P.C., EVANS, K., ROSCA, L., Perspectives On Retailing In A Privatizing Economy: Preliminary Findings, Proceedings Of The Second Annual Conference On Marketing Strategies For Central And Eastern Europe, (Vienna), 19

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²⁵

- elaborarea unor instrumente eficiente de cunoaștere a orientării spre client
- proiectarea și implementarea unor activități, proiecte de cercetare cu scopul aplicării competențelor dobândite în urma studiului disciplinei

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁶
11.4a Examen / Colocviu	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁷ :	%	20	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁸ :	%		
		Evaluare finală:	% (min. 5)		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		0	
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și	• Chestionar scris • Răspuns oral • Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. • Demonstrație practică		20	



	interpretarea unor rezultate			
11.4d Proiect	Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	- Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului - Evaluarea critică a unui proiect	60	
11.5 Standard minim de performanță ²⁹				

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: |_0_|_8_| / |_0_|_9_| / |_2_|_0_|_2_|_4_|

Data avizării în Departament: |2_|_5_| / |_0_|_9_| / |_2_|_0_|_2_|_4_|

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Ș.I. dr. ing. Carmen Barb	
Responsabil program de studii	Conf.dr.ing.Marinela INȚĂ	
Director Departament	Prof.dr.ing. Dan Miricescu	

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$Nr. credite = \frac{NOCpSpD \times C_C + NOApSpD \times C_A}{TOCpSpD \times C_C + TOApSpD \times C_A} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți	Curs	Aplicații (S/L/P)
Licență	2	1
Master	2,5	1,5
Licență lb. străină	2,5	1,25

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Competențele din Grilele aferente descrierii programului de studii, adaptate la specificul disciplinei

¹⁸ Din planul de învățământ

¹⁹ Creditele alocate disciplinei se distribuie pe competențe profesionale și transversale în funcție de specificul disciplinei

²⁰ Titluri de capitole și paragrafe

²¹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²² Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²³ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²⁴ Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²⁵ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁶ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁷ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁸ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁹ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.