



## Curriculum vitae

### Informații personale

Nume / Prenume **Georgescu Daniel**  
Adresa(e) [REDACTED]  
Telefon(-oane) [REDACTED]  
Naționalitate(-tati) Română  
Data nașterii 13 Septembrie 1970  
Sex Masculin

### Experiența profesională

Perioada 2012 – prezent

Functia sau postul ocupat Director General

Principalele activități și responsabilități Reprezinta societatea in raport cu tertii si in justitie si sa semneze actele ce o angajeaza fata de acestia, pe baza si in limitele imputemicirilor date de Consiliul de Administratie si ale celor conferite de legislatia in vigoare si actul constitutiv  
Asigura conducerea operativa a Societatii impreuna cu directorii cu sau fara atributii delegate de consiliul de administratie  
Exercita orice atributii ce ii revin din regulamentul de organizare si functionare si din hotararile Consiliului de Administratie, precum si din prevederile legale  
Transmite la termenele solicitate Consiliului de Administratie raportari si informari cu privire la situa tia economico-financiara a Mandantului, situatia realizarii lunare a criteriilor de performanta, aprobata de Consiliul de Administratie insotita dupa caz de o analiza a cauzelor nerealizarii acestora  
Prezinta lunar sau ori de cate ori se solicita, Adunarii Generale a Actionarilor si Consiliului de Administratie situatia economico-financiara a Societatii, stadiul realizarii indicatorilor, obiectivelor si criteriilor de performanta, masurile luate privind modul de acordare a drepturilor banesti cuvenite Directorului General si alte documentatii solicitate precum si masurile luate in cazul neindeplinirii acestora

Numele și adresa angajatorului C.N. Administratia Canalelor Navigabile S.A.,str. Ecuzei, nr.1, Agigea, Constanta, Romania

Tipul activității sau sectorul de activitate Exploatarea canalelor navigabile, servicii publice portuare

Perioadă 2008 - 2012

Functia sau postul ocupat Director General

Principalele activități și responsabilități Implementarea planului de afaceri al companiei, în urma elaborării acestuia împreună cu șefii de departamente;  
Stabilirea obiectivelor specifice pentru fiecare departament, supervizarea și oferirea suportului pentru

implementarea planurilor, politicilor și procedurilor;  
 Negocierea și administrarea contractelor cu partenerii cheie ai companiei (furnizori, clienți);  
 Cercetarea și dezvoltarea metodelor și procedurilor noi de management, pentru eficientizarea activității;  
 Reprezentarea companiei în cadrul întâlnirilor la nivel înalt, cu autoritățile, grupurile de afaceri și potențialii parteneri;  
 Informarea permanentă cu privire la noile reglementări ce privesc activitatea companiei, făcând modificările necesare; fiind responsabil pentru eficientizarea activității și creșterii profitului;  
 Analiza și monitorizarea rapoartelor financiare din punctul de vedere al conformității cu planul de business elaborat inițial;  
 Coordonarea activității zilnice a subordonaților, identificarea și solutionarea problemelor apărute;  
 Participarea la nivel decizional în procesul de recrutare, integrare, instruire și evaluare a performanțelor pentru personalul în subordine;  
 Supravegherea menținerii în condiții bune a bunurilor și utilităților companiei.

Numele și adresa angajatorului	S.C. Expertissa Constanța S.R.L., Str. Mircea cel Bătrân nr. 102, Constanța, România În perioada 2004 – 2008 societatea s-a numit S.C. Xerographix România S.R.L., Str. Mircea cel Bătrân nr. 99C, Constanța, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Comercializare mașinilor și materialelor de birou, întreținerea și repararea mașinilor de birou, de contabilizat și a calculatoarelor, fabricarea calculatoarelor și a altor echipamente electronice, realizarea și furnizarea de programe, închirierea sau subînchirierea bunurilor imobiliare proprii sau închiriate, publicitate, activități de studiere a pieței.
Perioadă	2007 - 2008
Funcția sau postul ocupat	Director Comercial
Principalele activități și responsabilități	<p>Planificarea vânzărilor</p> <p>Proiectarea unei proceduri de vânzare, organizarea forței de vânzare (game de produse, servicii, tipuri de clienți, responsabilități)</p> <p>Controlul forței de vânzare – evaluarea performanțelor (aptitudini, abilități, cunoștințe referitoare la produs, la tehnica vânzării). Controlul realizării corecte și complete a sarcinilor, prezenta, promptitudinea, corectitudinea</p> <p>Recrutarea și selecția agenților de vânzare (stabilirea fisei postului, scoaterea la concurs a postului, interviuri, teste, etc.)</p> <p>Instruirea agenților de vânzare (ce nevoi de instruire pot fi identificate după evaluarea sistemului de vânzare și a cunoștințelor și abilităților agenților de vânzare, decizie - instruire proprie sau instruire printr-o firmă specializată, cine va participa la cursuri, ce tematică vor avea cursurile, cum și când vor fi organizate, buget, cum vor fi evaluate rezultatele, etc.</p> <p>Proiectarea programelor salariale (salarii, comisioane de vânzare, bonus-uri, autoturisme de serviciu, telefoane mobile, asigurări, beneficii suplimentare, etc.)</p> <p>Motivarea forței de vânzare (materială și non-materială)</p> <p>Delimitarea teritoriilor de vânzare (pe sectoare, zone)</p> <p>Stabilirea bugetului departamentului de vânzare</p> <p>Elaborarea strategiei de vânzare (determinarea obiectivelor firmei și a Departamentului de Vânzări, selectarea piețelor țintă - a segmentelor de piață, formularea strategiilor de marketing</p> <p>Proiectarea mixului de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produs (stabilirea gamei de produse și servicii, a caracteristicilor tehnice, a furnizorilor);</li> <li>• Preț (stabilirea nivelurilor de preț, a discount-urilor, a condițiilor comerciale, termenelor de plată, creditelor acordate);</li> <li>• Distribuție (crearea, dezvoltarea și susținerea rețelei de distribuție);</li> <li>• Vânzare personală;</li> <li>• Promovarea (publicitatea, relațiile publice, promovarea vânzărilor, include și vânzarea personală);</li> </ul> <p>Elaborarea programului de vânzare (planul de vânzare): dimensionarea forței de vânzare, decizie - distribuție proprie sau distribuție externă, decizie - agenți instruiți sau agenți cu experiență, mărirea bugetului de vânzare (costuri fixe, costuri variabile, cheltuieli de transport, cheltuieli de promovare, etc.)</p> <p>Estimarea potențialului pieței și prognoza vânzărilor (piața totală, piața firmei, nivelul și valoarea stocurilor, stocurile de siguranță, modul de aprovizionare, transportul, depozitarea, livrarea, magazinele, etc.);</p> <p>Selectarea clienților țintă (tipul clienților, mărime, identificare, etc.);</p> <p>Cunoașterea nevoilor și cerințelor clienților;</p>

	<p>Evaluarea resurselor agentului de vânzare supervizarea relației dintre client și agentul de vânzare - evaluarea satisfacției clienților, modalitățile de corectare a deficiențelor în vânzare, rezolvarea incidentelor, a reclamațiilor, nemulțumirilor clienților;</p> <p>Colectarea informațiilor referitoare la rezultatele obținute: volumul de vânzări, profitul, costurile (cheltuielile), asigurarea service-ului post-vânzare, a serviciilor către clienți – consultanță;</p> <p>Evaluarea activității de vânzare: compararea performanțelor cu obiectivele stabilite, analiza vânzărilor și a costurilor, evaluarea vânzărilor pierdute în favoarea concurenței;</p> <p>Negocierea contractelor mari, rezolvarea problemelor deosebite ce apar în vânzare, în relația cu clienții sau distribuitorii, în aprovizionare, recuperarea banilor, etc.;</p> <p>Actualizarea strategiei de vânzare (redefinirea programului de vânzare);</p> <p>Supervizarea rețelei de distribuție;</p> <p>Programele de vânzare și marketing, elaborarea strategiilor firmei vor fi proiectate împreună cu directorul general al firmei, directorul de marketing, directorul de resurse umane și directorul de instruire, șeful contabil, directorul de logistică, forța de vânzare, distribuitorii;</p> <p>Licitații.</p>
Numele și adresa angajatorului	S.C. Expertissa Constanța S.R.L., Str. Mircea cel Bătrân nr. 102, Constanța, România În perioada 2004 – 2008 societatea s-a numit S.C. Xerographix România S.R.L., Str. Mircea cel Bătrân nr. 99C, Constanța, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Comercializare mașinilor și materialelor de birou, întreținerea și repararea mașinilor de birou, de contabilizat și a calculatoarelor, fabricarea calculatoarelor și a altor echipamente electronice, realizarea și furnizarea de programe, închirierea sau subînchirierea bunurilor imobiliare proprii sau închiriate, publicitate, activități de studiere a pieței.
Perioadă	2002 - 2007
Funcția sau postul ocupat	Director Vânzări Zona
Principalele activități și responsabilități	<p>Planificarea vânzărilor</p> <p>Proiectarea unei proceduri de vânzare, organizarea forței de vânzare (game de produse, servicii, tipuri de clienți, responsabilități)</p> <p>Controlul forței de vânzare – evaluarea performanțelor (aptitudini, abilități, cunoștințe referitoare la produs, la tehnica vânzării). Controlul realizării corecte și complete a sarcinilor, prezenta, promptitudinea, corectitudinea</p> <p>Recrutarea și selecția agenților de vânzare (stabilirea fisei postului, scoaterea la concurs a postului, interviuri, teste, etc.)</p> <p>Instruirea agenților de vânzare (ce nevoi de instruire pot fi identificate după evaluarea sistemului de vânzare și a cunoștințelor și abilităților agenților de vânzare, decizie - instruire proprie sau instruire printr-o firmă specializată, cine va participa la cursuri, ce tematică vor avea cursurile, cum și când vor fi organizate, buget, cum vor fi evaluate rezultatele, etc.</p> <p>Proiectarea programelor salariale (salarii, comisioane de vânzare, bonus-uri, autoturisme de serviciu, telefoane mobile, asigurări, beneficii suplimentare, etc.)</p> <p>Motivarea forței de vânzare (materială și non-materială)</p> <p>Delimitarea teritoriilor de vânzare (pe sectoare, zone)</p> <p>Stabilirea bugetului departamentului de vânzare</p> <p>Elaborarea strategiei de vânzare (determinarea obiectivelor firmei și a Departamentului de Vânzări, selectarea piețelor țintă - a segmentelor de piață, formularea strategiilor de marketing</p> <p>Proiectarea mixului de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produs (stabilirea gamei de produse și servicii, a caracteristicilor tehnice, a furnizorilor);</li> <li>• Preț (stabilirea nivelurilor de preț, a discount-urilor, a condițiilor comerciale, termenelor de plată, creditelor acordate);</li> <li>• Distribuție (crearea, dezvoltarea și susținerea rețelei de distribuție);</li> <li>• Vânzare personală;</li> <li>• Promovarea (publicitatea, relațiile publice, promovarea vânzărilor, include și vânzarea personală);</li> </ul> <p>Elaborarea programului de vânzare (planul de vânzare): dimensionarea forței de vânzare, decizie - distribuție proprie sau distribuție externă, decizie - agenți instruiți sau agenți cu experiență, mărirea bugetului de vânzare (costuri fixe, costuri variabile, cheltuieli de transport, cheltuieli de promovare, etc.)</p> <p>Estimarea potențialului pieței și prognoza vânzărilor (piața totală, piața firmei, nivelul și valoarea stocurilor, stocurile de siguranță, modul de aprovizionare, transportul, depozitarea, livrarea, magazinele, etc.);</p> <p>Selectarea clienților țintă (tipul clienților, mărime, identificare, etc.);</p> <p>Cunoașterea nevoilor și cerințelor clienților;</p>

	<p>Evaluarea resurselor agentului de vânzare supervizarea relației dintre client și agentul de vânzare - evaluarea satisfacției clienților, modalitățile de corectare a deficiențelor în vânzare, rezolvarea incidentelor, a reclamațiilor, nemulțumirilor clienților;</p> <p>Colectarea informațiilor referitoare la rezultatele obținute: volumul de vânzări, profitul, costurile (cheltuielile), asigurarea service-ului post-vânzare, a serviciilor către clienți – consultantă;</p> <p>Evaluarea activității de vânzare: compararea performanțelor cu obiectivele stabilite, analiza vânzărilor și a costurilor, evaluarea vânzărilor pierdute în favoarea concurenței;</p> <p>Negocierea contractelor mari, rezolvarea problemelor deosebite ce apar în vânzare, în relația cu clienții sau distribuitorii, în aprovizionare, recuperarea banilor, etc.;</p> <p>Actualizarea strategiei de vânzare (redefinirea programului de vânzare);</p> <p>Supervizarea rețelei de distribuție;</p> <p>Programele de vânzare și marketing, elaborarea strategiilor firmei vor fi proiectate împreună cu directorul general al firmei, directorul de marketing, directorul de resurse umane și directorul de instruire, șeful contabil, directorul de logistică, forța de vânzare, distribuitorii;</p> <p>Licitații.</p>
Numele și adresa angajatorului	S.C. CG&GC Intelligent Technology S.A., Punct de lucru Constanța, Str. Atelierele nr. 5, Constanța, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Comerț cu amănuntul al calculatoarelor, unităților periferice și software-ului în magazine specializate
Perioadă	1999 – 2002
Funcția sau postul ocupat	Coordonator vânzări
Principalele activități și responsabilități	<p>Planificarea vânzărilor</p> <p>Proiectarea unei proceduri de vânzare, organizarea forței de vânzare (game de produse, servicii, tipuri de clienți, responsabilități)</p> <p>Controlul forței de vânzare – evaluarea performanțelor (aptitudini, abilități, cunoștințe referitoare la produs, la tehnica vânzării). Controlul realizării corecte și complete a sarcinilor, prezenta, promptitudinea, corectitudinea</p> <p>Recrutarea și selecția agenților de vânzare (stabilirea fisei postului, scoaterea la concurs a postului, interviuri, teste, etc.)</p> <p>Instruirea agenților de vânzare (ce nevoi de instruire pot fi identificate după evaluarea sistemului de vânzare și a cunoștințelor și abilităților agenților de vânzare, decizie - instruire proprie sau instruire printr-o firmă specializată, cine va participa la cursuri, ce tematică vor avea cursurile, cum și când vor fi organizate, buget, cum vor fi evaluate rezultatele, etc.</p> <p>Proiectarea programelor salariale (salarii, comisioane de vânzare, bonus-uri, autoturisme de serviciu, telefoane mobile, asigurări, beneficii suplimentare, etc.)</p> <p>Motivarea forței de vânzare (materială și non-materială)</p> <p>Delimitarea teritoriilor de vânzare (pe sectoare, zone)</p> <p>Stabilirea bugetului departamentului de vânzare</p> <p>Elaborarea strategiei de vânzare (determinarea obiectivelor firmei și a Departamentului de Vânzări, selectarea piețelor țintă - a segmentelor de piață, formularea strategiilor de marketing</p> <p>Proiectarea mixului de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produs (stabilirea gamelor de produse și servicii, a caracteristicilor tehnice, a furnizorilor);</li> <li>• Preț (stabilirea nivelurilor de preț, a discount-urilor, a condițiilor comerciale, termenelor de plată, creditelor acordate);</li> <li>• Distribuție (crearea, dezvoltarea și susținerea rețelei de distribuție);</li> <li>• Vânzare personală;</li> <li>• Promovarea (publicitatea, relațiile publice, promovarea vânzărilor, include și vânzarea personală);</li> </ul> <p>Elaborarea programului de vânzare (planul de vânzare): dimensionarea forței de vânzare, decizie - distribuție proprie sau distribuție externă, decizie - agenți instruiți sau agenți cu experiență, mărimea bugetului de vânzare (costuri fixe, costuri variabile, cheltuieli de transport, cheltuieli de promovare, etc.)</p> <p>Estimarea potențialului pieței și prognoza vânzărilor (piața totală, piața firmei, nivelul și valoarea stocurilor, stocurile de siguranță, modul de aprovizionare, transportul, depozitarea, livrarea, magazinele, etc.);</p> <p>Selectarea clienților țintă (tipul clienților, mărime, identificare, etc.);</p> <p>Cunoașterea nevoilor și cerințelor clienților;</p> <p>Evaluarea resurselor agentului de vânzare supervizarea relației dintre client și agentul de vânzare - evaluarea satisfacției clienților, modalitățile de corectare a deficiențelor în vânzare, rezolvarea incidentelor, a reclamațiilor, nemulțumirilor clienților;</p> <p>Colectarea informațiilor referitoare la rezultatele obținute: volumul de vânzări, profitul, costurile</p>

(cheltuielile), asigurarea service-ului post-vânzare, a serviciilor către clienți – consultantă;  
 Evaluarea activității de vânzare: compararea performanțelor cu obiectivele stabilite, analiza vânzărilor și a costurilor, evaluarea vânzărilor pierdute în favoarea concurenței;  
 Negocierea contractelor mari, rezolvarea problemelor deosebite ce apar în vânzare, în relația cu clienții sau distribuitorii, în aprovizionare, recuperarea banilor, etc.;  
 Actualizarea strategiei de vânzare (redefinirea programului de vânzare);  
 Supervizarea rețelei de distribuție;  
 Programele de vânzare și marketing, elaborarea strategiilor firmei vor fi proiectate împreună cu directorul general al firmei, directorul de marketing, directorul de resurse umane și directorul de instruire, șeful contabil, directorul de logistică, forța de vânzare, distribuitorii;  
 Licitații.

Numele și adresa angajatorului	S.C. GMB Computers S.R.L., Bdul Ferdinand nr. 32, Constanța, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Comerț cu amănuntul al calculatoarelor, unităților periferice și software-ului în magazine specializate
Perioadă	1992 - 1999
Funcția sau postul ocupat	Personal navigant
Principalele activități și responsabilități	
Numele și adresa angajatorului	C.N.M. Petromin S.A., Incinta Port Constanța, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Transporturi maritime și costiere de marfă

## Educație și formare

Perioada	2014	Institutul Diplomatic Roman	Politica externa si diplomatie		
Perioada	2013-2014	Universitatea „Spiru Haret” București	Facultatea Drept si Administratie Publica Constanta Programul de master: Stiinte Penale		
Perioadă	2010 - 2012	Universitatea „Spiru Haret” București	Facultatea Finanțe Bănci București Programul de master: Managementul și finanțarea proiectelor publice și private		
Numele și tipul instituției de învățământ					
Perioadă	2006 - 2010	Universitate „Spiru Haret”	Facultatea de Drept		
Numele și tipul instituției de învățământ					
Perioadă	1998 -2004	Academia de Marina „Mircea cel Bătrân”	Transport Maritim		
Numele și tipul instituției de învățământ					
Perioadă	1984 – 1988	Liceul „Decebal” Constanța	Profil Mecanic		
Numele și tipul instituției de învățământ					
Limba maternă	Română				
Limbă străină					
Autoevaluare	<b>Înțelegere</b>		<b>Vorbire</b>	<b>Scriere</b>	
	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă
<b>Engleza</b>	B2	B2	B2	B2	B2

Competențe și abilități sociale	Sociabil, comunicativ, integrare rapidă în colectiv nou, eficient, gândire pozitivă, competent.
Competențe și aptitudini organizatorice	<p>Experiența bună a managementului de proiect sau al echipei, bun organizator, spirit de inițiativă, spirit de echipă, capacitatea de a lua decizii;</p> <p>Manager proiect: Sistem Educațional Informatizat Județean;</p> <p>Manager proiect: Sistem Informatic Geospațial pentru reducerea riscului la inundații în zona transfrontalieră prin dezvoltarea de tehnologii IT – SIGRIT*;</p> <p>Manager proiect: Introducere în circuitul turistic a unor cetăți antice dobrogene;</p> <p>Manager proiect: Sistem Informatic Rețea de terminale informatice România- RITI.</p>
Competențe și cunoștințe de utilizare a calculatorului	Microsoft Sales Specialist, Microsoft Office (Word, Excel, Outlook, PowerPoint), IBM System x Sales v6, IBM University 2008 5th edition, IBM Lotus Notes, EFI Fiery, Bitdefender Desktop Product Specialist, Bitdefender Business Product Specialist, Bitdefender Sales Consultant, Citrix Certified Sales Professional 2009 Desktop Virtualization, Citrix Certified Sales Professional 2009 for Application Virtualization
Permis(e) de conducere	Categoria B