**KARTA PRZEDMIOTU**

Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2022-2023

1. **Dane podstawowe**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Techniki sprzedaży |
| Nazwa przedmiotu w języku angielskim | Sales techniques |
| Kierunek studiów | Zarządzanie |
| Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie) | Studia I stopnia |
| Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne) | Stacjonarne |
| Dyscyplina | Nauki o zarządzaniu i jakości |
| Język wykładowy | polski |

|  |  |
| --- | --- |
| Koordynator przedmiotu | Dr inż. Monika Wawer |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Forma zajęć*(katalog zamknięty ze słownika)* | Liczba godzin | semestr | Punkty ECTS |
| wykład |  |  | 3 |
| konwersatorium | 30 | 2 |
| ćwiczenia |  |  |
| laboratorium |  |  |
| warsztaty |  |  |
| seminarium |  |  |
| proseminarium |  |  |
| lektorat |  |  |
| praktyki |  |  |
| zajęcia terenowe |  |  |
| pracownia dyplomowa |  |  |
| translatorium |  |  |
| wizyta studyjna |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Wymagania wstępne | W1 – Zainteresowanie zagadnieniami dotyczącymi technik sprzedaży |

1. **Cele kształcenia dla przedmiotu**

|  |
| --- |
| C1 – Pozyskanie przez studentów wiedzy dotyczącej technik sprzedaży |
| C2 – Kształtowanie umiejętności wykorzystania wiedzy teoretycznej w realizacji procesów sprzedaży |

1. **Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol | Opis efektu przedmiotowego | Odniesienie do efektu kierunkowego |
| WIEDZA | | |
| W\_01 | Zna wybrane metody i narzędzia wykorzystywane w procesie sprzedaży | K\_W02 |
| W\_02 | Ma podstawową wiedzę na temat technik sprzedaży | K\_W03 |
| UMIEJĘTNOŚCI | | |
| U\_01 | Potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną do analizowania i interpretowania problemów występujących w procesach sprzedaży | K\_U02 |
| U\_02 | Potrafi przygotowywać wystąpienia ustne związane ze sprzedażą dostosowane do specyfiki różnych klientów | K\_U06 |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | |
| K\_01 | Jest gotów do samooceny własnych kompetencji w zakresie technik sprzedaży oraz ich doskonalenia | K\_K01 |
| K\_02 | Ma przekonanie o wadze rozwiązywania problemów z zakresu sprzedaży w sposób profesjonalny, etyczny i zgodny z prawem | K\_K06 |

1. **Opis przedmiotu/ treści programowe**

|  |
| --- |
| 1. Wprowadzenie do zagadnień technik sprzedaży – 2 godz. 2. Etapy procesu sprzedaży i koło sukcesu sprzedaży – 2 godz. 3. Sprzedaż w różnych systemach reprezentacji klientów – 4 godz. 4. Techniki sprzedaży oparte na regułach wpływu społecznego – 2 godz. 5. Typologia klientów i zasady postępowania z różnymi typami klienta – 2 godz. 6. Podstawowe modele sprzedaży – 2 godz. 7. Zasady prezentacji oferty handlowej – 2 godz. 8. Komunikacja werbalna i niewerbalna w skutecznej sprzedaży – 2 godz. 9. Prezentacje sprzedażowe – 4 godz. 10. Obiekcje i zastrzeżenia klientów oraz ich eliminowanie w procesie sprzedaży – 2 godz. 11. Trudny klient – typologia i sposoby postępowania w trudnym klientem – 2 godz. 12. Społeczne, etyczne i prawne problemy związane ze sprzedażą – 2 godz. 13. Podsumowanie zajęć i zaliczenie przedmiotu – 2 godz. |

1. **Metody realizacji weryfikacji efektów uczenia się**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody dydaktyczne  *(lista wyboru)* | Metody weryfikacji  *(lista wyboru)* | Sposoby dokumentacji  *(lista wyboru)* |
| WIEDZA | | | |
| W\_01 | Praca z tekstem, studium przypadku | Kolokwium | Karta zaliczeniowa |
| W\_02 | Praca z tekstem, studium przypadku | Kolokwium | Karta zaliczeniowa |
| UMIEJĘTNOŚCI | | | |
| U\_01 | Praca zespołowa, odgrywanie ról | Kolokwium | Karta zaliczeniowa |
| U\_02 | dyskusja, praca zespołowa | Referat, prezentacja | Karta zaliczeniowa |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | | |
| K\_01 | Dyskusja | Obserwacja | Karta zaliczeniowa |
| K\_02 | Dyskusja | Obserwacja | Karta zaliczeniowa |

1. **Kryteria oceny, wagi…**

Ocena końcowa z przedmiotu jest oparta na wyniku kolokwium końcowego (50%) oraz indywidualnie wykonanym projekcie sprzedażowym (50%).

Dodatkowo ocena końcowa z zaliczenia może zostać podniesiona w przypadku przygotowania i wygłoszenia prezentacji sprzedażowej.

Ocena niedostateczna   
(W) – Student nie zna wymaganych zagadnień z zakresu technik sprzedaży   
(U) – Student nie potrafi wykorzystywać wiedzy teoretycznej do analizy i interpretacji problemów w obszarze technik sprzedaży, nie umie komunikować się z różnymi odbiorcami komunikatów sprzedażowych  
(K) – Student nie rozumie potrzeby uczenia się i doskonalenia swoich umiejętności oraz nie uświadamia sobie konieczności rozwiązywania problemów z zakresu technik sprzedaży w sposób profesjonalny, etyczny  i zgodny z prawem   
  
Ocena dostateczna   
(W) – Student posiada podstawową wiedzę z zakresu technik sprzedaży   
(U) – Student potrafi poprawnie wykorzystywać podstawową wiedzę teoretyczną do analizy i interpretacji problemów w obszarze technik sprzedaży, poprawnie komunikuje się z różnymi odbiorcami komunikatów sprzedażowych  
(K) – Student w niewielkim zakresie odczuwa potrzebę uczenia się i doskonalenia swoich umiejętności i w niewielkim stopniu uświadamia sobie konieczność rozwiązywania problemów z zakresu technik sprzedaży w sposób profesjonalny, etyczny  i zgodny z prawem

Ocena dobra   
(W) – Student dobrze opanował wiedzę z zakresu technik sprzedaży   
(U) – Student potrafi właściwie wykorzystywać szczegółową wiedzę teoretyczną do analizy i interpretacji problemów w obszarze technik sprzedaży, sprawnie komunikuje się z różnymi odbiorcami komunikatów sprzedażowych  
(K) – Student odczuwa potrzebę uczenia się i doskonalenia swoich umiejętności i jest świadomy konieczności rozwiązywania problemów z zakresu technik sprzedaży w sposób profesjonalny, etyczny  i zgodny z prawem   
  
Ocena bardzo dobra   
(W) – Student biegle opanował wiedzę z zakresu technik sprzedaży   
(U) – Student potrafi doskonale i twórczo wykorzystywać szczegółową wiedzę teoretyczną do analizy i interpretacji problemów w obszarze technik sprzedaży, doskonale komunikuje się z różnymi odbiorcami komunikatów sprzedażowych  
(K) – Student odczuwa silną potrzebę uczenia się i doskonalenia swoich umiejętności i jest szczególnie uwrażliwiony na konieczność rozwiązywania problemów z zakresu technik sprzedaży w sposób profesjonalny, etyczny  i zgodny z prawem

1. **Obciążenie pracą studenta**

|  |  |
| --- | --- |
| Forma aktywności studenta | Liczba godzin |
| Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem | **30** |
| Liczba godzin indywidualnej pracy studenta | **60** |

1. **Literatura**

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| 1. Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, GWP, Gdańsk 2021. 2. Futrell C.M., Metody prezentacji, profesjonalna obsługa, relacje z klientami, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, Warszawa 2011. 3. Tracy B., Psychologia sprzedaży. Podnieś sprzedaż szybciej i łatwiej niż kiedykolwiek uznawałeś za możliwe, Wydawnictwo: MT Biznes, Warszawa 2012. |
| Literatura uzupełniająca |
| 1. Schenk G, Profesjonalny sprzedawca, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005. 2. Staley K., Krótka sprzedaż, Dom Wydawniczy ABC, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2009. |