

Sales techniques - course description

General information	
Course name	Sales techniques
Course ID	04.7-WM-BEP-TS
Faculty	Faculty of Computer Science, Electrical Engineering and Automatics
Field of study	E-business
Education profile	practical
Level of studies	First-cycle studies leading to Engineer's degree
Beginning semester	winter term 2021/2022

Course information	
Semester	6
ECTS credits to win	3
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr inż. Joanna Cyganiuk

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Lecture	15	1	9	0,6	Credit with grade
Laboratory	15	1	9	0,6	Credit with grade

Aim of the course

Zapoznanie z nowoczesnymi metodami i technikami skutecznej sprzedaży oraz z obsługą klienta, z charakterystyką skutecznego sprzedawcy, zapoznanie z etyką w relacjach z klientem. Zapoznanie z przeprowadzaniem skutecznej prezentacji oraz z psychologią w sprzedaży. Zapoznanie z metodami prowadzenia rozmów handlowych w tym argumentacji, kontrargumentacji oraz ochrony przed manipulacją.

Prerequisites

Handel i usługi internetowe, Zarządzanie relacjami z klientami

Scope

Wykład:

Czynniki sukcesu w rozmowach handlowych. Profesjonalny sprzedawca: cechy, umiejętności. Sprzedaż: planowanie i etapy. Skuteczność technik sprzedaży. Psychologia sprzedaży. Podejmowanie decyzji przez klientów: reguły, psychologia. Uwarunkowania zachowania konsumentów na rynku. Poszukiwanie klientów. Planowanie rozmowy z klientem. Kontakt mailowy z klientem, kontakt telefoniczny z klientem – zasady. Spotkanie z klientem: szanse i problemy, badanie potrzeb, techniki rozpoczęcia rozmowy handlowej. Trudny klient: zasady postępowania. Prezentacja i demonstracja oferty handlowej: cechy, zalety, korzyści. Wybór metody prezentacji (demonstracji), strategia jej rozpoczęcia. Elementy prezentacji. Techniki argumentacji. Techniki perswazji. Techniki przekonywania. Techniki manipulacji. Odpowiadanie na zastrzeżenia klienta. Obrona przed manipulacjami. Zarządzanie czasem i obszarem sprzedaży. Zamknięcie sprzedaży: techniki, zamknięcie próbne. Działania posprzedażowe. Rozpatrywanie reklamacji: zasady. Etyka w relacjach z klientem.

Laboratorium:

Laboratorium obejmuje przygotowanie zgodnie z etyką zawodową kilku prezentacji dla wybranych produktów i usług, wg zasady: cechy, zalety korzyści, zwierające techniki psychologicznego oddziaływania na klienta. Projekt obejmuje również odpowiedzi na zadane przez prowadzącego zastrzeżenia, rozmowę z trudnym klientem oraz opracowanie kontaktu z klientem za pomocą e-mail.

Teaching methods

Wykład - wykład konwencjonalny z wykorzystaniem wideoprojektora.

Laboratorium - zajęcia praktyczne realizowane w laboratorium komputerowym.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Potrafi analizować i rozwiązywać problemy dotyczące komunikacji z klientem, współpracownikami czy mediami	K_U15 K_U23	- a discussion - an oral response - carrying out laboratory reports	Laboratory

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Ma świadomość roli etyki zawodowej w technikach sprzedaży	• K_K10	- a discussion - an oral response - carrying out laboratory reports	• Laboratory
Potrafi zaprojektować, przygotować i przeprowadzić prezentację oferty handlowej z wykorzystaniem technik multimedialnych, zgodnie z zasadami przyjętymi w tym obszarze	• K_U21	- a discussion - an oral response - carrying out laboratory reports	• Laboratory
Ma szczegółową wiedzę na temat praktycznych zastosowań technik sprzedaży w e-biznesie	• K_W20	• a test with score scale	• Lecture
Rozumie zasady postaw etycznych w technikach sprzedaży	• K_W22	• a test with score scale	• Lecture
Potrafi samodzielnie integrować uzyskane informacje, dokonywać ich interpretacji i krytycznej oceny, wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie	• K_U06	- a discussion - an oral response - carrying out laboratory reports	• Laboratory
Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego zadania	• K_K08	- a discussion - an oral response - carrying out laboratory reports	• Laboratory
Ma poszerzoną wiedzę dotyczącą akwizycji informacji na potrzeby sprzedaży i e-sprzedaży	• K_W19	• a test with score scale	• Lecture

Assignment conditions

Wykład - sprawdzian w formie pisemnej realizowany na koniec semestru.

Laboratorium – ocena końcowa stanowi sumę ważoną ocen uzyskanych za realizację poszczególnych elementów kursu szkoleniowego oraz formy jego prezentacji. Wkład poszczególnych elementów oceny: ocena laboratorium i przygotowania formy działań sprzedażowych - 50%, wizualna forma prezentacji działań sprzedażowych - 25%, rozmowa z klientem 25%.

Ocena końcowa stanowi 50% oceny zaliczenia z zajęć wykładowych plus 50% oceny zaliczenia z zajęć laboratoryjnych.

Recommended reading

1. Gut J., Haman W., Handlowanie to gra, Helion, Gliwice, 2017,
2. Bednarski A., Biblia sprzedaży, Helion, Gliwice, 2016.
3. Gitomer J., Biblia handlowca. Najbogatsze źródło wiedzy o sprzedaży, Helion, Gliwice 2016,
4. Mattson D, Zasady Sandlera, 49 ponadczasowych zasad sprzedaży, Nieoczywiste, Warszawa 2016,
5. Rosell, L., Techniki sprzedaży: o sztuce sprzedawania. Wydanie 5, Gdańsk, BL INFO, 2014.
6. Futrell, C. M., Nowoczesne techniki sprzedaży, Warszawa, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, 2011.
7. Cassell, J., Bird T., Skuteczna sprzedaż, czyli techniki najlepszych handlowców, Samo Sedno, Warszawa 2011.
8. Feigon, J.C., Techniki skutecznej sprzedaży przez telefon i Internet, Warszawa, MT Biznes, 2011.

Further reading

1. Tracy B., Psychologia sprzedaży, Warszawa, MT Biznes 2011,
2. Zatwarnicka-Madura, B., Techniki sprzedaży osobistej, Warszawa, CeDeWu, 2009.

Notes

Tracy B., Psychologia sprzedaży, Warszawa, MT Biznes 2011.

Modified by dr hab. inż. Marek Kowal, prof. UZ (last modification: 21-04-2021 08:39)

Generated automatically from SylabUZ computer system