

Techniki sprzedaży - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Techniki sprzedaży
Kod przedmiotu	04.9-WZ-ZSPD-TESP
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Zarządzanie sprzedażą
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	podyplomowe
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład i ćwiczenia	-	-	10 (w tym jako e-learning)	0,67 (w tym jako e-learning)	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem kształcenia w zakresie przedmiotu techniki sprzedaży jest przekazanie studentom wiedzy związanej z realizacją procesu sprzedażowego. Studenci nabywają umiejętności identyfikacji potrzeb klienta, przygotowania oferty, podjęcia rozmów handlowych oraz zamykania sprzedaży i usług posprzedażowych.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Rynkowe uwarunkowania sprzedaży. Etapy sprzedaży. Efektywna komunikacja z klientem - rola komunikacji werbalnej i niewerbalne. Techniki perswazji i wpływu społecznego. Zasady postępowania z trudnymi klientami i techniki odpierania zastrzeżeń. Zamykanie sprzedaży. Badania satysfakcji klienta

Metody kształcenia

- dyskusja moderowana
- aktywizacja uczestnika metodą zadaniową
- praca z wykorzystaniem studiów przypadków
- scenki sprzedażowe

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Posiada kluczową wiedzę z zakresu sprzedaży	• ZS_W01	• aktywność w trakcie zajęć	• Wykład i ćwiczenia
Posiada wiedzę na temat metod identyfikacji potrzeb klienta. Zna techniki sprzedaży	• ZS_W02	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Wykład i ćwiczenia
Potrafi wykorzystać techniki sprzedaży w praktyce gospodarczej	• ZS_U03	• Scenki sprzedażowe	• Wykład i ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Ocena scenek sprzedażowych, ocena aktywności

Literatura podstawowa

- Buzan, T., Israel, R., & Hędrzak, A. *Sprzedaż z głową*. Oficyna a Wolters Kluwer business 2015.
- Pradeep, A. K., & Witkowska, M. *Mózg na zakupach: neuromarketing w sprzedaży*. Wydawnictwo Helion 2011.
- Barska, A.(red.). *Reklama wczoraj i dziś*. Difin SA 2016.

4. Proces i techniki sprzedaży na rynku dóbr trwałych, (red.) H.Mruk, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu 2011.

Literatura uzupełniająca

1. Beckwith, H. *Niewidzialny dotyk: cztery klucze do nowoczesnego marketingu*. Wydawnictwo Helion 2006.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Paweł Szudra (ostatnia modyfikacja: 12-07-2021 22:26)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ