

Techniki sprzedaży - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Techniki sprzedaży
Kod przedmiotu	04.7-WM-BEP-TS
Wydział	Wydział Informatyki, Elektrotechniki i Automatyki
Kierunek	Biznes elektroniczny
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2017/2018

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr inż. Joanna Cyganiuk

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	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Laboratorium	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

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.

Wymagania wstępne

Handel i usługi internetowe, Zarządzanie relacjami z klientami – CRM

Zakres tematyczny

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.

Projekt 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.

Metody kształcenia

Wykład - wykład konwencjonalny z wykorzystaniem wideoprojektora.

Projekt - zajęcia praktyczne realizowane w laboratorium komputerowym.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma szczegółową wiedzę na temat praktycznych zastosowań technik sprzedaży w e-biznesie	K_W20	sprawdzian z progami punktowymi	Wykład

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Potrafi analizować i rozwiązywać problemy dotyczące komunikacji z klientem, współpracownikami czy mediami	• K_U15	• przygotowanie projektu	• Laboratorium
Ma świadomość roli etyki zawodowej w technikach sprzedaży	• K_K10	• przygotowanie projektu	• Laboratorium
Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego zadania	• K_K08	• przygotowanie projektu	• Laboratorium
Rozumie zasady postaw etycznych w technikach sprzedaży	• K_W22	• sprawdzian z progami punktowymi	• Wykład
Potrafi samodzielnie integrować uzyskane informacje, dokonywać ich interpretacji i krytycznej oceny, wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie	• K_U06	• przygotowanie projektu	• Laboratorium
Potrafi zaprojektować, przygotować i przeprowadzić prezentację oferty handlowej z wykorzystaniem technik multimedialnych, zgodnie z zasadami przyjętymi w tym obszarze	• K_U21	• przygotowanie projektu	• Laboratorium
Ma poszerzoną wiedzę dotyczącą akwizycji informacji na potrzeby sprzedaży i e-sprzedaży	• K_W19	• sprawdzian z progami punktowymi	• Wykład

Warunki zaliczenia

Wykład - sprawdzian w formie pisemnej realizowany na koniec semestru.

Projekt – ocena końcowa stanowi sumę ważoną ocen uzyskanych za realizację poszczególnych elementów kursu szkoleniowego oraz formy jego prezentacji. Wkład poszczególnych elementów oceny: ocena projektu i zawartego w nim materiału szkoleniowego - 50%, wizualna forma prezentacji projektu 50%.

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

Literatura podstawowa

1. Futrell, C. M., Nowoczesne techniki sprzedaży, Warszawa, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, 2011.
2. Rosell, L., Techniki sprzedaży. O sztuce sprzedawania, Gdańsk, BL INFO, 2011.
3. Cassell, J., Bird T., Skuteczna sprzedaż, czyli techniki najlepszych handlowców, Samo Sedno, Warszawa 2011.
4. Zatwarnicka-Madura, B., Techniki sprzedaży osobistej, Warszawa, CeDeWu, 2009.
5. Feigon, J.C., Techniki skutecznej sprzedaży przez telefon i Internet, Warszawa, MT Biznes, 2011.

Literatura uzupełniająca

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

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Marcin Mrugalski, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 07-04-2017 14:01)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ