

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 2018/2019

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

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.

Metody kształcenia

Wykład - wykład konwencjonalny z wykorzystaniem wideoprojektora.

Lboratorium - 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	• dyskusja • wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Ma świadomość roli etyki zawodowej w technikach sprzedaży	• K_K10	• dyskusja • wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego zadania	• K_K08	• dyskusja • wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• 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	• dyskusja • wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi zaprojektować, przygotować i przeprowadzić prezentację oferty handlowej z wykorzystaniem technik multimedialnych, zgodnie z zasadami przyjętymi w tym obszarze	• K_U21	• dyskusja • wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• 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.

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 - 50%.

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

Literatura podstawowa

1. Bednarski A., Biblia sprzedaży, Helion, Gliwice, 2016.
2. Rosell, L., Techniki sprzedaży: o sztuce sprzedawania. Wydanie 5, Gdańsk, BL INFO, 2014.
3. Futrell, C. M., Nowoczesne techniki sprzedaży, Warszawa, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, 2011.
4. Cassell, J., Bird T., Skuteczna sprzedaż, czyli techniki najlepszych handlowców, Samo Sedno, Warszawa 2011.
5. Feigon, J.C., Techniki skutecznej sprzedaży przez telefon i Internet, Warszawa, MT Biznes, 2011.
6. Zatwarnicka-Madura, B., Techniki sprzedaży osobistej, Warszawa, CeDeWu, 2009.

Literatura uzupełniająca

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

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Joanna Cyganiuk (ostatnia modyfikacja: 28-04-2018 23:50)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ