

PROGRAM ZAJĘĆ

ROK AKADEMICKI: 2021/2022

KOD ZAJĘĆ	Z-I-MiTS	
NAZWA ZAJĘĆ W JĘZYKU	POLSKIM	METODY I TECHNIKI SPRZEDAŻY
	ANGIELSKIM	METHODS AND TECHNIQUES OF SALE

1. USYTUOWANIE ZAJĘĆ W SYSTEMIE STUDIÓW

KIERUNEK STUDIÓW	ZARZĄDZANIE
FORMA STUDIÓW	NIESTACJONARNE
POZIOM KSZTAŁCENIA	STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA
PROFIL STUDIÓW	PRAKTYCZNY
JEDNOSTKA PROWADZĄCA ZAJĘCIA	INSTYTUT ZARZĄDZANIA I EKONOMII

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ

PRZYNALEŻNOŚĆ DO GRUPY ZAJĘĆ	ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE (ZARZĄDZANIE LOGISTYKĄ I SPRZEDAŻĄ W PRZEDSIĘBIORSTWIE)	
STATUS ZAJĘĆ	OBIERALNY	
JĘZYK WYKŁADOWY	POLSKI	
SEMESTR	5	
FORMA ZALICZENIA	ZALICZENIE NA OCENĘ	
PUNKTY ECTS	RAZEM	3
	ZAJĘCIA KSZTAŁTUJĄCE UMIEJĘTNOŚCI PRAKTYCZNE	3
WYMAGANIA WSTĘPNE	PODSTAWY ZARZĄDZANIA, PODSTAWY KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ	
FORMA ZAJĘĆ	LICZBA GODZIN	PROWADZĄCY ZAJĘCIA
WYKŁADY	-	-
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	-	-
LABORATORIA	-	-
WARSZTATY	20	MGR MAREK SALWOWSKI
PRAKTYKA	-	-

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ

3.1 CEL ZAJĘĆ	
C1:	Zapoznanie z praktycznymi aspektami metod i technik sprzedaży.
C2:	Omówienie najważniejszych narzędzi wspomagających sprzedaż.
C3:	Zastosowanie poznanych metod, technik i narzędzi sprzedażowych w praktyce.
C4:	Wykształcenie świadomości wagi stosowania w procesie sprzedaży zasad etyki.

3.2 EFEKTY UCZENIA SIĘ			Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
WIEDZA	W1:	Definiuje i przedstawia nowoczesne narzędzia w sprzedaży.	K_W07, K_W13
	W2:	Zna istotę funkcjonowania wsparcia sprzedaży.	K_W10, K_W13
	W3:	Zna podstawowe techniki sprzedażowe.	K_W07, K_W13, K_W14
	W4:	Ma wiedzę na temat praktycznego zastosowania technik sprzedaży.	K_W03, K_W07, K_W13
UMIEJĘTNOŚCI	U1:	Posiada umiejętność prawidłowego konstruowania narzędzi sprzedażowych.	K_U07
	U2:	Umie dopasować narzędzia i techniki sprzedażowe do typu klienta.	K_U08, K_U02, K_U17
	U3:	Potrafi przygotować i przedstawić ofertę produktową.	K_U07, K_U03, K_U05
	U4:	Potrafi zastosować techniki sprzedażowe w przestrzeni gospodarczej.	K_U08, K_U02
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K1:	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z procesem sprzedaży postępując zgodnie z zasadami etyki.	K_K_04
	K2:	Ma świadomość znaczenia technik wywierania wpływu w sprzedaży.	K_K02

3.3 TREŚCI PROGRAMOWE		Odniesienie do efektów uczenia się zajęć
FORMA ZAJĘĆ	TEMAT	
WARSZTAT	Techniki finalizowania sprzedaży.	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
WARSZTAT	Techniki wywierania wpływu na klienta.	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
WARSZTAT	Tworzenie prezentacji oferty.	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
WARSZTAT	Efektywność poszczególnych narzędzi sprzedażowych.	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
WARSZTAT	Pokonywanie obiekcji klienta.	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
WARSZTAT	Trudny klient – warsztat praktyczny.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

3.4 FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH I METODY KSZTAŁCENIA:		Odniesienie do efektów uczenia się zajęć
WARSZTATY	Warsztat z wykorzystaniem technik audiowizualnych, case-study, dyskusja, ćwiczenia praktyczne, rozwiązywanie zadań.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

3.5 SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
EFEKT	SPOSÓB WERYFIKACJI	
WIEDZA	W1:	Kolokwium.
	W2:	Kolokwium.
	W3:	Kolokwium.
	W4:	Kolokwium.
UMIEJĘTNOŚCI	U1:	Rozwiązywanie zadań, ocena udziału w dyskusji.
	U2:	Rozwiązywanie zadań, ćwiczenia praktyczne.
	U3:	Rozwiązywanie zadań, ćwiczenia praktyczne, ocena prezentacji i udziału w dyskusji.
	U4:	Rozwiązywanie zadań, ćwiczenia praktyczne.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K1:	Rozwiązywanie zadań, ćwiczenia praktyczne, ocena udziału w dyskusji (ocena własnych i innych propozycji).
	K2:	Obserwacja pracy w grupie, ocena udziału w dyskusji (ocena własnych i innych propozycji).



3.6 LITERATURA		
PODSTAWOWA:	1)	FIJOR J. M. <i>Metody zdobywania klientów, czyli jak osiągnąć sukces w sprzedaży</i> . Wydawnictwo FIJORR PUBLISHING. Warszawa 2001.
	2)	LEMMART R. <i>Techniki sprzedaży. O sztuce sprzedawania</i> . Warszawa 2015.
UZUPEŁNIAJĄCA:	3)	GUT J. HAMAN W., <i>Handlowanie to gra</i> . 2012.
	4)	MOULINIER R. <i>Techniki Sprzedaży</i> , Wyd. PWE. Warszawa 2007.
	5)	ZIGLAR Z. <i>Sztuka profesjonalnej sprzedaży</i> . Studio EMKA. Warszawa. 1996.
	6)	BUZAN T. ISRAEL R. <i>Sprzedaż z głową</i> . Wydawnictwo: Oficyna Ekonomiczna. Warszawa 2003.
	7)	TRACY B. <i>Psychologia sprzedaży</i> . Warszawa 2012.

4. KALKULACJA NAKŁADU PRACY STUDENTA

L. p.	Aktywność	Studia niestacjonarne
1	Udział w wykładach w godzinach	-
2	Udział w ćwiczeniach audytoryjnych w godzinach	-
3	Udział w warsztatach w godzinach	20
4	Udział w laboratoriach w godzinach	-
5	Praktyka w godzinach	-
6	Przygotowanie do zajęć w godzinach	15
7	Udział w konsultacjach w godzinach	5
8	Wykonanie prac zaliczeniowych w godzinach	20
9	Przygotowanie do egzaminu/kolokwium w godzinach	14
10	Obecność na egzaminie/kolokwium w godzinach	1
11	<i>Sumaryczne obciążenie pracą studenta w godzinach</i> $(1+2+3+4+5+6+7+8+9+10) = (13+15)$	75
12	<i>Punkty ECTS za zajęcia</i> $(14+16)$	3
13	Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w godzinach $(1+2+3+4+7+10)$	26
14	Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w punktach ECTS $((1+2+3+4+7+10) / 25)$	1,04
15	Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w godzinach $(5+6+8+9)$	49
16	Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w punktach ECTS $((5+6+8+9) / 25)$	1,96

1 punkt ECTS równa się 25 godzinom pracy studenta