|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Wypełnia Zespół Kierunku | Nazwa modułu (bloku przedmiotów):**PRZEDMIOTY DO WYBORU** | | | | | | Kod modułu: | | |
| Nazwa przedmiotu:**Techniki sprzedaży** | | | | | | Kod przedmiotu: | | |
| Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: **Instytut Ekonomiczny** | | | | | | | | |
| Nazwa kierunku: **Ekonomia** | | | | | | | | |
| Forma studiów: **SS** | | | Profil kształcenia: **praktyczny** | | | Specjalność: **EM** | | |
| Rok / semestr:  **II/III** | | | Status przedmiotu /modułu:  **fakultatywny** | | | Język przedmiotu / modułu:  **polski** | | |
| Forma zajęć | wykład | ćwiczenia | | laboratorium | projekt | | seminarium | inne  (wpisać jakie) |
| Wymiar zajęć |  | **30** | |  |  | |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Koordynator przedmiotu / modułu | mgr Marek Misztal |
| Prowadzący zajęcia | mgr Marek Misztal |
| Cel przedmiotu / modułu | Zrozumienie zadań i roli handlowca w nowoczesnym przedsiębiorstwie, nabycie umiejętności przygotowania oferty handlowej i prezentacji tej oferty, nabycie umiejętności przekonywania do własnej oferty i utrzymywania długotrwałej współpracy handlowej |
| Wymagania wstępne |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **EFEKTY KSZTAŁCENIA** | | |
| Nr | Opis efektu kształcenia | Odniesienie do efektów dla **kierunku** |
| 01 | Wyjaśnia znaczenie technik sprzedaży dla podmiotu gospodarczego funkcjonującego w otoczeniu konkurujących podmiotów gospodarczych | K1P\_W04  K1P\_W10 |
| 02 | Konstruuje indywidualną strategię sprzedaży handlowca zgodnie z uwarunkowaniami otoczenia zewnętrznego, zasięgiem geograficznym i rodzajem działalności podmiotu gospodarczego | K1P\_W11  K1P\_W16 |
| 03 | Posługuje się narzędziami wywierania wpływu na ludzi do budowania więzi z klientem | K1P\_W08 |
| 04 | Konstruuje ofertę handlową | K1P\_U07 |
| 05 | Przeprowadza proces sprzedaży od znalezienia klienta, przez prezentację sprzedaży aż po jej finalizację | K1P\_U01  K1P\_U02 |
| 06 | Wykorzystuje działania posprzedażowe dla budowania portfela klientów | K1P\_K04  K1P\_K07  K1P\_K11 |

|  |
| --- |
| **TREŚCI PROGRAMOWE** |
| **Wykład** |
|  |
| **Ćwiczenia** |
| Cechy handlowca doskonałego. Zadania handlowca, sprzedawcy.  Strategia sprzedaży handlowca. Segmentacja klientów, wybór najbardziej dochodowego segmentu, zdobywanie nowych klientów, zagadnienia dotyczące właściwej argumentacji, Analiza konkurencji.  Motywacja Klienta. Rola emocji, poziomy potrzeb, rola jakości i aspektów technicznych w podejmowaniu decyzji przez klienta, rola informacji o kliencie, rozwijanie techniki zadawania pytań. Pytania otwarte. Problemy które należy ominąć.  Proces sprzedaży. Fazy procesu sprzedaży. Znalezienie i nawiązanie kontaktu z klientem. Dobre otwarcie, przełamywanie obiekcji klienta. Przygotowanie prezentacji sprzedażowej. Rozpoczynanie (wstęp do) prezentacji). Przeprowadzenie prezentacji sprzedażowej.  Komunikacja z klientem. Współgranie z klientem, sztuka słuchania, Inicjatywa, język, nieporozumienia w rozmowie z klientem. Pytania kontrolne, triki służące zapamiętywaniu.  Komunikacja niewerbalna. Mowa ciała jako kanał komunikacji. Popadanie w przesadę, osiąganie porozumienia poprzez zwiększanie podobieństwa mowy ciała. Rola stref w komunikacji. Czego unikać. Konsternacja i zainteresowanie klienta.  Finalizacja sprzedaży. Prowadzenie klienta. Rola manipulacji w procesie finalizacji sprzedaży. Zamknięcie sprzedaży.  Tradycyjne techniki zamykania sprzedaży. Zamknięcie przygotowujące. Przyjmowanie za oczywiste. Technika odpowiedzi twierdzących. itp.  Przewidywanie i przyjmowanie zarzutów. Rola obiekcji w procesie sprzedaży. Odkrywanie prawdziwych przyczyn obiekcji. Uprzedzanie obiekcji. Odpowiadanie na zarzuty. Metody: „Tak, ale…, odbijania piłeczki, przeciągania, itp. Przełamywanie oporu klienta.  Sprzedaż przez telefon. Obszary zastosowania. Wizualizacja, scenariusz rozmowy. Wprowadzenie do sprzedaży. Realizacja sprzedaży. Zasady prowadzenia rozmowy telefonicznej.  Prowadzenie klienta. Dbanie o zadowolenie klienta. Obsługa klienta. Traktowanie klienta. Spełnianie oczekiwań. Nastawienie. Przyczyny utraty klienta. Postępowanie z niezadowolonym klientem. Reklamacje. Szybkie działanie.  Techniki manipulacji. Etyczna strona manipulacji. Przedstawienie technik manipulacji stosowanych w sprzedaży. Wzbudzanie poczucia winy, atak personalny, przeszkadzanie, dokręcanie śruby itp.  Narzędzia wpływu społecznego wg. Prof. Cialldiniego. wzajemność, niedostępność, autorytet, zaangażowania (konsekwencja), lubienie i sympatia, społeczny dowód słuszności  Przygotowanie prezentacji (oferty) sprzedażowej przez studentów. – ćwiczenia w grupach  Przegląd prezentacji sprzedażowej studentów. Omówienie wyników. |
| Laboratorium |
|  |
| Projekt |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
| Literatura podstawowa | 1. Rosell L. Techniki sprzedaży. O sztuce sprzedawania, BL Info Polska, Gdańsk 2010 2. Cialdini R.: Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2011. 3. Rackham N. DeVincentis J. Zespoły sprzedaży w obliczu zmian. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2010. |
| Literatura uzupełniająca | 1. Zatwarnicka-Madura B., Techniki Sprzedaży OsobistejCeDeWu.pl Warszawa 2009 2. Leichert R.: Tajniki sprzedaży. Kursor Multimedia 2000. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Metody kształcenia | | Metody praktyczne (prezentacja, studium przypadków)  Metody eksponujące (pokaz multimedialny z elementami przeżycia)  Metody podające (dyskusje, objaśnienia, wykład) | |
| Metody weryfikacji efektów kształcenia | | | Nr efektu kształcenia |
| Sporządzenie projektu oferty handlowej | | | 04 |
| Wykonanie prezentacji sprzedażowej | | | 05; 06 |
| Kolokwium z przedmiotu | | | 01; 02; 03 |
| Forma i warunki zaliczenia | Kolokwium ze znajomości literatury, od 0 do 60% oceny końcowej  Wykonanie prezentacji sprzedażowej (multimedialnej) lub sporządzenie oferty handlowej pisemnej od 0 do 20% oceny końcowej  Aktywne uczestnictwo w zajęciach, mierzone liczba wypowiedzi od 0 do 20% oceny końcowej | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **NAKŁAD PRACY STUDENTA** | |
|  | Liczba godzin |
| Udział w wykładach | 0 |
| Samodzielne studiowanie tematyki wykładów | 0 |
| Udział w ćwiczeniach audytoryjnych i laboratoryjnych | 30 |
| Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń | 15 |
| Przygotowanie projektu / eseju / itp. | 10 |
| Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia | 5 |
| Udział w konsultacjach | 0,1 |
| Inne |  |
| **ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.** | 60,1 |
| **Liczba punktów ECTS za przedmiot** | **2** |
| Liczba p. ECTS związana z zajęciami praktycznymi\* | **1,5** |
| Liczba p. ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | **1,5** |