

## KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Techniki sprzedaży (ZALS6-ZMSP-TESP)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Sales techniques

### Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych  
Przedmiot dla jednostki: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych  
Cykl dydaktyczny: Semestr letni 2020/2021  
Koordynator przedmiotu cyklu: dr Marek Kruk

### Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Egzamin

### Skrócony opis:

Sprzedaż jest umiejętnością niezwykle przydatną w środowisku biznesowym dlatego przedmiot ukierunkowany jest na rozwój kompetencji w tym zakresie oraz diagnozę własnego potencjału przez studentów.

### Opis:

Celem przedmiotu jest rozwinięcie kompetencji w zakresie sprzedaży, w tym:

- wiedzy na temat najnowszych odkryć dotyczących tego tematu,
- umiejętności związanych z poszczególnymi etapami współczesnego procesu sprzedażowego,
- postaw, które uznawane są za kluczowy czynnik sukcesu sprzedawcy.

W ramach przedmiotu dyskutowane będą kwestie związane z wiedzą teoretyczną, ale również ćwiczone będą wybrane umiejętności związane z kwalifikowaniem i obsługą klienta.

### Literatura:

Futrell Ch.M., Nowoczesne techniki sprzedaży: metody prezentacji, profesjonalna obsługa, relacje z klientami, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011 (Biblioteka PWSliP w Łomży)

Kondej A., Polowanie na klienta jak nami manipulują producenci i sprzedawcy : 45 sztuczek i tricków, SBK Marketing, Białystok 2003 (Biblioteka PWSliP w Łomży)

Bureš I., Řehulka P., 10 zasad budowania trwałych relacji z klientem: instynkt VIP, jak odróżniać klientów kluczowych od pozostałych?, jak wzbogacić wartość produktu w pozytywne emocje?, jak małe firmy usługowe wygrywają z korporacjami?, Wydawnictwo Helion, Gliwice : 2007 (Biblioteka PWSliP w Łomży)

Kimball B., Metody aktywnej sprzedaży, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1996 (Biblioteka PWSliP w Łomży)

### Efekty kształcenia:

W\_1 zna i rozumie znaczenie nauk o zarządzaniu i jakości w odniesieniu do pracy sprzedawcy K\_W01

W\_2 zna i rozumie relacje (konkurencja, współdziałanie) zachodzące pomiędzy uczestnikami procesu sprzedaży na rynku K\_W05

W\_3 zna i rozumie rolę człowieka jako pomiotu kreującego i uczestniczącego w procesie sprzedaży K\_W06

W\_4 zna i rozumie zachowania sprzedawców i kupujących oraz narzędzia służące modyfikowaniu tych zachowań, tak aby doprowadzić do transakcji K\_W07

W\_5 zna i rozumie uwarunkowania i mechanizm procesów komunikacji w działalności sprzedawców K\_W12

U\_1 potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę z zakresu technik sprzedaży w podejmowaniu decyzji i rozwiązywaniu problemów w pracy zawodowej K\_U06

U\_2 potrafi oceniać przydatność typowych metod, procedur i dobrych praktyk handlowych do realizacji zadań związanych z działaniami sprzedażowymi K\_U07

U\_3 potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole, przyjmować różne role, a także współdziałać z innymi w ramach prac zespołowych K\_U14

U\_4 potrafi realizować indywidualne i zespołowe zadania z zakresu sprzedaży K\_U15

### Metody i kryteria oceniania:

test wiedzy 30 % oceny

aktywność w trakcie ćwiczeń 30% oceny

zadania grupowe 20 % oceny

projekt grupowy 20 % oceny

### Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

test wiedzy K\_W01, K\_W05, K\_W07  
dyskusja K\_W05, K\_W06, K\_W07, K\_U07  
ćwiczenia w zespołach K\_W05, K\_W06, K\_W07, K\_U06, K\_U07, K\_U14, K\_U15  
zadania grupowe K\_W05, K\_W06, K\_W07, K\_U06, K\_U14, K\_U15  
autorefleksja K\_W05, K\_W06, K\_W07, K\_U07  
projekt grupowy K\_W05, K\_W06, K\_W07, K\_U14, K\_U15

### Wskaźniki ilościowe

Liczba ECTS 5

Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia  
Udział w wykładach - 30 godz.  
Udział w ćwiczeniach - 30 godz.  
Udział w egzaminie - 4 godz.

Liczba godzin: 64; punkty ECTS: 2,56

Liczba godzin niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela:

Przygotowanie się do ćwiczeń - 15 godz.  
Przygotowanie do wykładu - 10 godz.  
Przygotowanie się do egzaminu - 15 godz.  
Przygotowanie prezentacji tematycznej - 5 godz.  
Studia literaturowe - 16 godz.  
Liczba godzin: 61; punkty ECTS: 2,44

Łączna liczba godzin (kontaktowych i nie kontaktowych): 125

### Dane dotyczące przedmiotu cyklu:

#### Domyślny typ protokołu dla przedmiotu cyklu:

Egzamin

### Szczegóły zajęć i grup

Wykład (30 godzin)

#### Zakres tematów zajęć:

Formy i proces sprzedaży  
Rodzaje i etapy procesu sprzedaży  
Typologie klientów  
Nastawienie sprzedawcy  
Diagnoza potrzeb klienta  
Sprzedaż przez telefon  
Trudny klient  
Techniki finalizacji transakcji

#### Metody dydaktyczne:

Wykład konwersatoryjny wspomagany prezentacją multimedialną

### Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

#### Prowadzący grupy:

dr Marek Kruk

Ćwiczenia (30 godzin)

#### Zakres tematów zajęć:

Autodiagnoza potencjału sprzedażowego  
Lejek sprzedażowy i persona - podstawowe narzędzia sprzedawcy  
Diagnoza typu klienta - dostosowanie sprzedaży  
Autodiagnoza nastawienia do zadań sprzedażowych  
Identyfikacja potrzeb klienta  
Telefoniczna rozmowa sprzedażowa  
Motywatory sprzedawców

Reguły tworzenia dobrej oferty handlowej  
Oferty handlowe - prezentacje

**Metody dydaktyczne:**

dyskusja  
ćwiczenia w zespołach  
zadania grupowe  
autorefleksja  
projekt grupowy

**Dane grup zajęciowych**

Grupa numer 1

**Prowadzący grupy:**

dr Marek Kruk

**Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:**

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Przedmioty na zarządzaniu stacjonarnym spec. ZMSP semestr 6 (ZA-LS-S6-ZMSP)	15/16L	
Przedmioty na zarządzaniu stacjonarnym semestr 6 (ZA-LS-S6)	15/16L	
Przedmioty na zarządzaniu stacjonarnym semestr 6 (P-ZA-LS-S6)	15/16L	

**Punkty przedmiotu w cyklach:**

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
ECTS (ECTS)	5	15/16Z	