

UCZELNIA METROPOLITALNA						
Kierunek studiów: Logistyka						
Przedmiot: Metody i techniki negocjacji zakupowych						
Profil kształcenia: Praktyczny						
Poziom kształcenia: studia I stopnia						
Liczba godzin w semestrze	1		2		3	
	I	II	III	IV	V	VI
Studia stacjonarne						16cw
Studia niestacjonarne						14cw
JĘZYK PROWADZENIA ZAJĘĆ	Polski					
FORMA ZAJĘĆ	Ćwiczenia					
CELE PRZEDMIOTU	Celem przedmiotu jest wskazanie znaczenia budowania długookresowych i trwałych relacji z klientami dla rozwoju firmy. Celem przedmiotu jest nabycie przez studentów umiejętności stosowania skutecznych metod i technik negocjacji zakupowych.					
Odniesienie do efektów uczenia się		Opis efektów uczenia się			Sposób weryfikacji efektu uczenia się	
Efekt kierunkowy	PRK					
WIEDZA						
L_W03 L_W05	P6S_WG	zna w zaawansowanym stopniu metody analizy bazy danych klientów, zasady segmentacji klientów z punktu widzenia ich wartości dla firmy; zastosowania programów lojalnościowych oraz systemów komputerowych klasy CRM			Test zaliczeniowy	
UMIEJĘTNOŚCI						
L_U03	P6S_UW	potrafi identyfikować i rozwiązywać potencjalne problemy związane z zacieśnianiem relacji z klientami w zakresie negocjacji zakupowych			Zadania realizowane w trakcie ćwiczeń Obserwacja pracy studentów	
L_U04 L_U07	P6S_UW P6S_UW	Potrafi dobrać i zastosować specjalistyczne oprogramowanie do rejestracji kontaktów i negocjacji zakupowych			Zadania realizowane w trakcie ćwiczeń	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE						
L_K02	P6S_KK	Ma świadomość korzyści i kosztów kształtowania relacji z klientami			Dyskusja i obserwacja	
Nakład pracy studenta (w godzinach dydaktycznych 1h dyd.=45 minut)**						
Stacjonarne udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = 16 przygotowanie do ćwiczeń = 14 przygotowanie do wykładu =				Niestacjonarne udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = 14 przygotowanie do ćwiczeń = 16 przygotowanie do wykładu =		

przygotowanie do egzaminu/zaliczenia = 3 realizacja zadań projektowych = e-learning = egzamin/zaliczenie = 2 inne (określ jakie) = konsultacje 2 <b>RAZEM: 37</b> <b>Liczba punktów ECTS: 1,5</b> <b>w tym w ramach zajęć praktycznych: 1,5</b>	przygotowanie do egzaminu/zaliczenia = 3 realizacja zadań projektowych = e-learning = egzamin/zaliczenie = 2 inne (określ jakie) = konsultacje 2 <b>RAZEM: 37</b> <b>Liczba punktów ECTS: 1,5</b> <b>w tym w ramach zajęć praktycznych: 1,5</b>
<b>WARUNKI WSTĘPNE</b>	Podstawy marketingu
<b>TREŚCI PRZEDMIOTU</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trendy we współczesnym marketingu</li> <li>2. Marketing relacji vs. marketing transakcyjny</li> <li>3. Lojalność klienta – istota i uwarunkowania</li> <li>4. Metody pomiaru lojalności klienta</li> <li>5. Techniki negocjacji</li> <li>6. CRM – omówienie funkcjonalności oprogramowania w poszczególnych obszarach: , rejestracja kontaktów, scenariusze, przypomnienia, terminarze, serwis, baza wiedzy, kampanie marketingowe, call-center, pipe-line, rankingi, obieg spraw i dokumentów</li> <li>7. Oprogramowania klasy CRM/BPM na przykładzie SIMPLE.CRM/BPM – prezentacja na „żywej bazie</li> </ol>
<b>LITERATURA OBOWIĄZKOWA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. M. Chmielecki, Techniki negocjacji i wywierania wpływu, Onepress, 2020</li> <li>2. E. Kowalczyk, Psychologia negocjacji Między nauką a praktyką zarządzania, PWN, 2023</li> <li>3. B. Tracy, Negocjowanie. Biblioteka sukcesu Briana Tracy, 2022, MT Biznes</li> </ol>
<b>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA</b> (w tym min. 2 pozycje w języku angielskim; publikacje książkowe lub artykuły)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. J. Cassell, T. Bird, Skuteczna sprzedaż czyli techniki najlepszych handlowców, Edgard, 2011</li> <li>2. D. Rosen, 99 Negotiating Strategies: Tips, Tactics &amp; Techniques Used by Wall Street's Toughest Dealmakers, 2016</li> </ol>
<b>METODY NAUCZANIA</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	W formie bezpośredniej: ćwiczenia stacjonarne + użycie Platformy e-learningowej MOODLE Praca z wykorzystaniem oprogramowania specjalistycznego CRM/BPM (SIMPLE.CRM/BPM).
<b>POMOCE NAUKOWE</b>	Platforma e-learningowa MOODLE
<b>PROJEKT</b> (o ile jest realizowany w ramach modułu zajęć)	Nie dotyczy
<b>FORMA I WARUNKI ZALICZENIA</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	Kolokwium – zaliczenie na ocenę