

UCZELNIA METROPOLITALNA						
<b>Kierunek studiów: Zarządzanie</b>						
<b>Przedmiot: Strategie i techniki sprzedaży</b>						
<b>Profil kształcenia: praktyczny</b>						
<b>Poziom kształcenia: studia I stopnia</b>						
Liczba godzin w semestrze	1		2		3	
	I	II	III	IV	V	VI
Studia stacjonarne (w/ćw/lab/pr/e)*				16ćw. / 30 pr.		
Studia niestacjonarne (w/ćw/lab/pr/e)				12ćw. / 30 pr.		
<b>JĘZYK PROWADZENIA ZAJĘĆ</b>	Polski					
<b>FORMA ZAJĘĆ</b>	Ćwiczenia					
<b>CELE PRZEDMIOTU</b>	Celem przedmiotu jest przedstawienie istoty, celów oraz warunków stosowania wybranych strategii i technik sprzedaży oraz zaprezentowanie słuchaczom etapów profesjonalnego modelu rozmowy handlowej wraz z praktycznym zastosowaniem technik wykorzystywanych w jego trakcie.					
Odniesienie do efektów uczenia się		Opis efektów uczenia się			Sposób weryfikacji efektu uczenia się	
Efekt kierunkowy	PRK					
WIEDZA						
Z_W02	P6U_W P6S_WG	Student zna w zaawansowanym stopniu wybrane strategie i techniki sprzedaży.			Egzamin pisemny.	
UMIEJĘTNOŚCI						
Z_U02	P6U_U P6S_UW	Student potrafi analizować wpływ zmian makroekonomicznych na funkcjonowanie działu sprzedaży. Potrafi optymalizować wykorzystywane strategie w oparciu o trendy na rynkach globalnych i lokalnych.			Egzamin pisemny, aktywność podczas zajęć.	
Z_U04	P6U_U P6S_UW	Student potrafi rozwiązywać problemy związane z zarządzaniem działem sprzedaży, takie jak optymalizacja procesów sprzedażowych i tworzenie strategii sprzedaży.			Egzamin pisemny, aktywność podczas zajęć.	

<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
Z_K03	P6U_K P6S_KR	Student jest gotów odpowiedzialnie pełnić role zawodowe w zarządzaniu działem sprzedaży.	Egzamin pisemny, obserwacja na zajęciach.
<b>Nakład pracy studenta (w godzinach dydaktycznych 1h dyd.=45 minut)**</b>			
<b>Stacjonarne</b> udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = 16 h przygotowanie do ćwiczeń = 12 h przygotowanie do wykładu = przygotowanie do egzaminu = 18 h realizacja zadań projektowych = 30 h konsultacje= 2 h e-learning = zaliczenie/egzamin = 2 h inne ( praca własna) = 20 h <b>RAZEM: 100 h</b> <b>Liczba punktów ECTS: 4</b> <b>w tym w ramach zajęć praktycznych: 4</b>		<b>Niestacjonarne</b> udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = 12 h przygotowanie do ćwiczeń = 16 h przygotowanie do wykładu = przygotowanie do egzaminu = 18 h realizacja zadań projektowych = 30 h konsultacje= 2 h e-learning = zaliczenie/egzamin = 2 h inne (praca własna) = 20 h <b>RAZEM: 100 h</b> <b>Liczba punktów ECTS: 4</b> <b>w tym w ramach zajęć praktycznych: 4</b>	
<b>WARUNKI WSTĘPNE</b>	Znajomość podstaw marketingu i marketingu internetowego.		
<b>TREŚCI PRZEDMIOTU</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	Treści realizowane w formie bezpośredniej: zakres tematyczny zajęć obejmuje pojęcie i zakres sprzedaży osobistej jako metody komunikacji, uwzględniając komunikację interpersonalną w procesie sprzedaży, rozpoznawanie potrzeb klientów oraz znaczenie komunikacji niewerbalnej w rozmowie handlowej. Studenci zdobywają wiedzę na temat podstawowych strategii i technik sprzedaży.  Treści realizowane w formie e-learning: nie dotyczy.		
<b>LITERATURA OBOWIĄZKOWA</b>	1. Kozielski R. (red.), Wskaźniki marketingowe, Wydawnictwo Nieoczywiste 2017. 2. Wrzosek W. (red.), Strategie marketingowe, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2012 3. Tracy B. Jak usprawnić proces sprzedaży i osiągać lepsze wyniki. Psychologia sprzedaży – MT Biznes 2023		
<b>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA</b> (w tym min. 2 pozycje w języku angielskim; publikacje książkowe lub artykuły)	1. Nikala L., Searching for strategy in sales, Journal of Strategic Marketing 2009, vol. 17, issue 3-4. 2. Vasciuc C.G., Sandulescu, D., Craciun O., Methods, Techniques and Sales Strategies, International Conference Innovative Business Management & Global Entrepreneurship (IBME 2020).		
<b>METODY NAUCZANIA</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	W formie bezpośredniej: Wykład wspomagany środkami audio-video z elementami dyskusji, analiza studium przypadku.  W formie e-learning: nie dotyczy.		
<b>POMOCE NAUKOWE</b>	Prezentacja multimedialna.		
<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)	Zaliczenie przedmiotu obejmuje: - obecność w co najmniej 80% zajęć i aktywnego udziału w ćwiczeniach, - końcowy egzamin pisemny, obejmujący pytania zamknięte (test jednokrotnego wyboru, prawda/fałsz) oraz pytania otwarte (krótkie odpowiedzi lub analiza przypadków). Egzamin będzie sprawdzał wiedzę i umiejętności studenta w zakresie opanowania materiału z zajęć, zgodnie z określonymi efektami kształcenia
---	---

\* *W-wykład, ćw- ćwiczenia, lab- laboratorium, pro- projekt, e- e-learning*