

Nazwa przedmiotu		Sprzedaż i negocjacje					Kod ECTS	14.3.E.SL.2205				
							Pkt.ECTS	4				
Jednostka prowadząca przedmiot		KBM	Nazwa kierunku		MSG		Nazwa specjalności		MM;			
Nazwisko prowadzącego		dr Tomasz Konewka										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	15	Ćwiczenia	15	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 SS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				39		Semestr:		4,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				11		Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:				50		Język wykładowy:		polski				
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Projekty indywidualne, Studia przypadków, Aktywność w grupach, współpraca,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		brak										
Wymagania wstępne		brak										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		<p>Wykład - zaliczenie w formie testu zaliczeniowego, składającego się z 40 pytań. Ocena końcowa wystawiona będzie zgodnie ze skalą określoną w regulaminie studiów.</p> <p>Ćwiczenia - zaliczenie na podstawie przygotowanych prezentacji w grupach i ćwiczeń indywidualnych na zajęciach w ramach technik sprzedaży i negocjacji. Obecność obowiązkowa.</p>										
Cele przedmiotu												
Umiejętność formułowania celu sprzedaży i budowanie wartości w procesie negocjacji. Umiejętność zastosowania odpowiednich technik sprzedażowo-negocjacyjnych. Umiejętność budowania i rozwijania relacji jako element budowania wartości z kontrahentem.												
Efekty uczenia się												
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy	
MSG1_W05			X		X				X	X		
MSG1_W13					X				X	X		
Umiejętności	MSG1_U02	Student umie wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)										
	MSG1_U07	Student potrafi identyfikować i analizować relacje występujące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami, wchodzącymi w skład otoczenia krajowego i międzynarodowego i posiada umiejętność ich rozumienia										
	MSG1_U11	Student potrafi zidentyfikować wybrane rodzaje ryzyk związanych z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw oraz określić prawidłowo ich konsekwencje										
Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności												

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_U02			X			X		X	X	X	
MSG1_U07						X		X	X	X	
MSG1_U11						X		X	X	X	
Kompetencje	MSG1_K02	Student potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych									
	MSG1_K03	Student w sposób właściwy komunikuje się z otoczeniem, potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania									

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_K02								X	X	X	
MSG1_K03								X	X	X	

Treści programowe

1. Wprowadzenie do procesu sprzedaży. Techniki sprzedaży. Podejście do procesu sprzedaży. Etapy sprzedaży. Cechy idealnego sprzedawcy.
2. Trudne sytuacje w sprzedaży. Obiekcje i zastrzeżenia. Cena kryterium wyboru. Jak omijać "nie". Przyczyny i sposoby reagowania na sprzeciw. Sprzedaż dzięki relacjom. Mowa ciała. Techniki komunikacji.
3. Umiejętność zamykania sprzedaży. Argumentacja. Budowanie relacji po sprzedaży.
4. Podstawowe aspekty i rodzaje negocjacji. Narzędzia negocjacyjne. Stres w negocjacjach. Różnice kulturowe.
5. Strategie negocjacji. Kreowanie wartości. Składanie propozycji. Manipulacje w procesie negocjacyjnym.
6. Techniki wpływu społecznego wykorzystujące ramy interpretacyjne komunikatu. Rola słowa w komunikacji werbalnej.
7. Negocjacje a emocje. Techniki sekwencyjne.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

(a)

Izabela Krejca-Pawski, Sprzedaż, tylko sprawdzone techniki, Biznes, samo.sedno, Warszawa 2015

René Moulinier, Techniki sprzedaży, PWN Warszawa 2007

Sławomir Janiszewski, Strategie negocjacji, Wydawca Hutu, Warszawa 2018

Paweł Kowalewski, Profesjonalne negocjacje, Wydawnictwo Helion S.A., Gliwice 2022

(b)

Vincent Harris, Harlan H. Goerger, Jak skutecznie omijać "nie" w biznesie, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2010

Peter Coughter, Sztuka perswazji i skuteczne techniki prezentacji. Jak wygrać przetarg, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2014

Dariusz Doliński, Tomasz Grzyb, Sto technik wpływu społecznego, Wydawnictwo Smak Słowa, Sopot 2022



Kontakt

tomasz.konewka@ug.edu.pl,