



Sylabus przedmiotu - część A Zarządzanie sprzedażą

12S10-ZAS
ECTS: 32.00
CYKL: 2024Z

TREŚCI MERYTORYCZNE

WYKŁAD

Podstawowe teorie i koncepcje w zarządzaniu sprzedażą. Zarządzanie marketingowe w sprzedaży. Produkt a sprzedaż. Logistyka w sprzedaży. Planowanie, organizowanie i kontrola pracy zespołu sprzedawców. Pośrednicy w sprzedaży. Kompetencje sprzedawcy. Złote cechy handlowca. Typy klientów. Strategia sprzedaży.

ĆWICZENIA

Sprzedaż czym jest i jakie ma znaczenie dla firmy. Określenie plusów i minusów nowoczesnych form sprzedaży. Budowanie wizerunku dobrego handlowca, określenie dobrych i złych cech handlowca. Ustalanie błędów popełnianych przez sprzedawców, handlowców. określanie sposobów dostosowania się handlowca do typów klientów. Analiza "syndromu więźnia" w sprzedaży. Przygotowanie strategii sprzedaży dla wybranego produktu lub sieci (praca zespołowa). Zasady i techniki negocjacyjne. Rozmowy negocjacyjne. Metamodel w negocjacjach

CEL KSZTAŁCENIA

Przekazanie wiedzy w zakresie postrzegania zjawisk zachodzących w gospodarce i czynników na nie wpływających. Wskazanie na rolę głównych gałęzi gospodarki w kształtowaniu PKB oraz wskazanie na sposoby wykorzystania zasobów. pokazanie strumieni przepływu czynników wytwórczych oraz roli i miejsca gospodarki opartej na wiedzy we współczesnym świecie.

OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO OPISU CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KWALIFIKACJI NA POZIOMACH 6-8 POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI W ODNIESIENIU DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH I EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

**Symbole efektów
dyscyplinowych:**

S/NZJA_P6S_KK+, S/NZJA_P6S_UW+,
S/NZJA_P6S_WK+

**Symbole efektów
kierunkowych:**

KP6_KK2+, KP6_UW3+, KP6_WK2+

EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Wiedza:

W1 - zna i rozumie podstawowe teorie i koncepcje wykorzystywane w zarządzaniu sprzedażą. Zna zasady i etapy sprzedaży, by przekonać i nakłonić klienta do zakupu oferowanego produktu

Umiejętności:

U1 - potrafi wykorzystywać metody, narzędzia i techniki zarządcze w sprzedaży; podejmować decyzje w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi w obszarze sprzedaży; optymalizować logistycznie sprzedaż w

Akty prawne określające efekty uczenia się:

683/2020

Dyscypliny: ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości

Status przedmiotu:

Grupa przedmiotów:

Kod: ISCED

Kierunek studiów:

Zarządzanie

Zakres kształcenia:

Zarządzanie

Profil kształcenia:

Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Poziom studiów: Pierwszego stopnia

Rok/semestr: 2/3

Rodzaj zajęć: Wykład,
Ćwiczenia

Liczba godzin w

semestrze: Wykład: 15.00,

Ćwiczenia: 15.00

Język wykładowy: polski

Przedmioty

wprowadzające: brak

Wymagania wstępne: brak

Nazwa jednostki org.

realizującej przedmiot:

Instytut Ekonomii i Finansów

Osoba odpowiedzialna za

realizację

przedmiotu: dr inż. Andrzej

Kowalkowski

e-mail: akowal@uwm.edu.pl

Uwagi dodatkowe: brak

przedsiębiorstwie. Rozumie i analizuje potrzeby klienta i proces jego obsługi.

Kompetencje społeczne:

K1 - jest gotów do współpracy w zespole w celu przygotowania wieloaspektowej strategii sprzedaży w przedsiębiorstwie. Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności z zakresu sprzedażowej obsługi klienta

FORMY I METODY DYDAKTYCZNE:

Wykład(W1;U1;K1;):wykład informacyjny, prelekcja, wykład problemowy, konwersatoryjny.

Ćwiczenia(W1;U1;):ćwiczenia audytoryjne, dyskusja dydaktyczna, organizowanie scenek sprzedażowych

FORMA I WARUNKI WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

Wykład (Kolokwium praktyczne) - ocena wykorzystania treści wykładów w czasie ćwiczeń - W1, U1, K1

Ćwiczenia (Sprawdzian pisemny) - kolokwium z treści ćwiczeniowych. 4 - 5 pytań. Ocena pozytywna od 50 % poprawnych odpowiedzi -

Ćwiczenia (Praca kontrolna) - przygotowanie referatu na temat organizacji systemu sprzedaży w wybranej firmie - W1, U1, K1

Ćwiczenia (Udział w dyskusji) - przygotowanie w grupach krótkich scenek sprzedażowych - W1, U1, K1

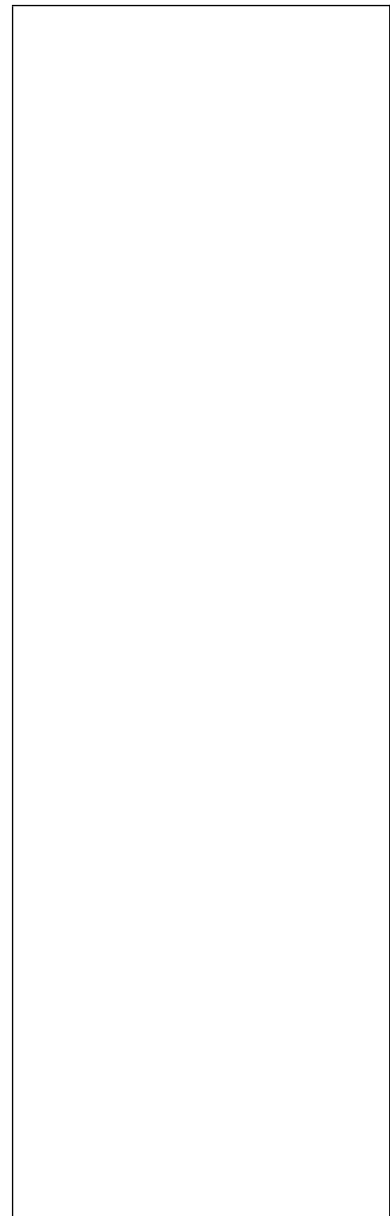
LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Praca zbiorowa, *Czynniki wytwórcze*, Wyd. Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie, R. 2013

2. Banach B., *Rozwój i postęp techniczny na tle ogólnych prawidłowości gospodarczych i cywilizacyjnych*, Wyd. Księgarnia Akademicka, Kraków, R. 2010

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. Kozłowski W., Rutkowska A., Płocharczyk A., Kowalkowski A., *Intellectual Capital in the Knowledge-Based Economy*, Wyd. Odessa National Economic University, R. 2015



Szczegółowy opis przyznanej punktacji ECTS - część B

12S10-ZAS
ECTS: 32.00
CYKL: 2024Z

Zarządzanie sprzedażą

Na przyznaną liczbę punktów ECTS składają się:

1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:

- udział w: Wykład	15.0 h
- udział w: Ćwiczenia	15.0 h
- konsultacje	2.0 h
OGÓŁEM:	32.0 h

2. Samodzielna praca studenta:

	OGÓŁEM: 0 h
godziny kontaktowe + samodzielna praca studenta	OGÓŁEM: 32.0 h

1 punkt ECTS = 25-30 h pracy przeciętnego studenta,
liczba punktów ECTS= 32.0 h : 1 h/ECTS = 32.00 ECTS

Średnio: **2.0 ECTS**

- w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	32.00 punktów ECTS
- w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy studenta	-30.00 punktów ECTS