



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>TECHNIKI SPRZEDAŻY</b>
			w jęz. angielskim	<b>SALES TECHNIQUES</b>

Kierunek	<b>Innowacyjna Gospodarka</b>
Specjalność	<b>Przedmiot kierunkowy</b>
Poziom kształcenia	<b>studia pierwszego stopnia</b>
Forma studiów	<b>stacjonarne</b>
Profil kształcenia	<b>ogólnoakademicki</b>
Status przedmiotu	<b>wybieralny</b>
Rygor	<b>zaliczenie z oceną</b>

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
VI	2	1				15			
<b>Razem w czasie studiów</b>						<b>15</b>			

<b>Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji</b>
Brak wymagań wstępnych.

<b>Cele przedmiotu</b>
Zapoznanie studentów z technikami sprzedaży i manipulacji wykorzystywanymi w handlu.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	zna mechanizmy psychologiczne wykorzystywane w handlu	NK_W05, NK_U06, NK_U12, NK_U13, NK_U14. NK_K01, NK_K02. NK_K03. NK_K04, NK_K05
EKP_02	rozumie znaczenie technik sprzedaży	NK_U12, NK_U14, NK_K01, NK_K03, NK_K05
EKP_03	rozumie znaczenie wykorzystywania zmysłów w handlu	NK_U06, NK_U12, NK_K03
EKP_04	potrafi trafnie komunikować się z klientami	NK_U12, NK_K02, NK_K03

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Umysł z perspektywy handlowca.	3				EKP_01, EKP_02, EKP_03
Wykorzystanie zmysłów w handlu.	3				EKP_01, EKP_02,

					EKP_03, EKP_04
Znaczenie pamięci w handlu.	3				EKP_01, EKP_02, EKP_03, EKP_04
Etapy prowadzące do sprzedaży.	3				EKP_01, EKP_02, EKP_03, EKP_04
Znaczenie autorytetu w sprzedaży.	3				EKP_01, EKP_02, EKP_03, EKP_04
<b>Łącznie godzin</b>	<b>15</b>				

Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X						X		X
EKP_02	X						X		X
EKP_03	X						X		X
EKP_04	X						X		X

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zdobycie 60% punktów możliwych do zdobycia (test). Aktywność i chęć współpracy są traktowane jako standard. Odchylenia od standardu skutkują obniżaniem końcowej oceny z wykładów.

Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	15			
Czytanie literatury	15			
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych	0			
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania	0			
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	0			
Udział w konsultacjach	5			
<b>Łącznie godzin</b>	<b>50</b>			
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>50</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>2</b>			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	25		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	25		1	

Literatura podstawowa
Psychologia sprzedaży - Brian Tracy, MT Biznes, Warszawa, 2012. Zasady wywierania wpływu na ludzi - Robert Cialdini, Helion, Warszawa, 2011. Tworzenie doświadczeń klientów - Artur Urbański, Lucyna Dziewa, Onepress, Warszawa, 2020.
Literatura uzupełniająca
Biblia handlowca. Najbogatsze źródło wiedzy o sprzedaży - Jeffrey Gitomer, Onepress, Warszawa, 2021. Sprzedawaj jak Challenger - Matthew Nixon, Rent Adamson, Onepress, Warszawa, 2016. Lider sprzedaży - Robert Zych, Onepress, Warszawa, 2015.

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
dr Maciej Meyer	ZMMI
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	