



KARTA PRZEDMIOTU

| | | | |
|----------------|------------------|-------------------|---------------------------|
| Kod przedmiotu | Nazwa przedmiotu | w jęz. polskim | TECHNIKI SPRZEDAŻY |
| | | w jęz. angielskim | SALES TECHNIQUES |

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Kierunek | Nauki o Jakości |
| Specjalność | Wszystkie specjalności |
| Poziom kształcenia | studia pierwszego stopnia |
| Forma studiów | stacjonarne |
| Profil kształcenia | ogólnoakademicki |
| Status przedmiotu | wybieralny |
| Rygor | zaliczenie z oceną |

| Semestr studiów | Liczba punktów ECTS | Liczba godzin w tygodniu | | | | Liczba godzin w semestrze | | | |
|-------------------------------|---------------------|--------------------------|---|---|---|---------------------------|---|---|---|
| | | W | C | L | P | W | C | L | P |
| IV | 2 | 1 | | | | 15 | | | |
| Razem w czasie studiów | | | | | | 15 | | | |

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

Brak wymagań wstępnych.

Cele przedmiotu

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_W02, NK_W03, NK_K03 |
| EKP_02 | rozumie znaczenie technik sprzedaży | NK_W02, NK_W03, NK_K02, NK_K03 |
| EKP_03 | rozumie znaczenie wykorzystywania zmysłów w handlu | NK_W02, NK_W03, NK_K03 |
| EKP_04 | potrafi trafnie komunikować się z klientami | NK_W02, NK_W03, 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 |
| Łącznie godzin | 15 | | | | |

| 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 | | | |
| Łącznie godzin | 50 | | | |
| Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu | 50 | | | |
| Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu | 2 | | | |
| | 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 | KMMI |
| Pozostałe osoby prowadzące przedmiot | |
| | |