

KARTA PROGRAMOWA

Moduł kształcenia		Nowoczesne metody sprzedaży	
Nazwa modułu kształcenia w języku angielskim		Modern concept of sales	
Kierunek studiów		Zarządzanie	
Profil kształcenia		ogólnoakademicki	
Forma kształcenia		Studia stacjonarne	
Poziom przedmiotu (podstawowy/specjalnościowy/ogólnouczelniany)		specjalnościowy	
Status przedmiotu (obowiązkowy/do wyboru)		obowiązkowy	
Poziom modułu kształcenia		Studia II stopnia	
Język wykładowy		polski	
Rok akademicki i semestr realizacji modułu		IV	
Liczba punktów ECTS		2	
Liczba godzin	Forma modułu: wykład		Forma modułu: ćwiczenia
			25
Jednostka realizująca moduł (katedra/zakład)		Katedra Zarządzania	
Moduły poprzedzające		Zakres zagadnień ze studiów I stopnia w ramach przedmiotów: Podstawy teorii organizacji i zarządzania oraz Marketing i/lub Badania marketingowe i/lub Marketing usług	

Syntetyczna charakterystyka modułu

Moduł ten stanowi dla studentów źródło wiedzy na temat kreowania współczesnych metod sprzedaży. Moduł umożliwia poznanie przebiegu procesów realizowanych podczas sprzedaży, ułatwia zrozumienie roli sprzedawcy we współczesnych procesach gospodarczych, pozwala lepiej zrozumieć klientów i ich potrzeby oraz wskazuje metody zachowań sprzedawcy stosownie do zidentyfikowanych potrzeb konsumentów oraz sytuacji gospodarczych..

Cele modułu

Celem dydaktycznym jest przekazanie studentom wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu realizacji pełnego procesu sprzedażowego, z zastosowaniem dostępnych najnowszych metod i technik handlowych z uwzględnieniem inspirowania u klientów decyzji o zakupie, budowania więzi z klientami i znajomości skutków prawnych sprzedaży.

Opis efektów uczenia się modułu

Symbol efektu uczenia się dla modułu	Osiągnięte efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Wiedza:		
W_01	Posiada wiedzę na temat wyrobów będących przedmiotem sprzedaży (obiektów sprzedaży) oraz przebiegu procesu sprzedaży.	K_W05
W_02	Zna metody realizacji procesów sprzedaży w zależności od rodzaju towarów i nabywców.	K_W07
W_03	Zna podstawowe określenia stosowane w normach prawnych dotyczące sprzedaży i zna skutki prawne zrealizowanej sprzedaży	K_W08 K_W09
Umiejętności:		
U_01	Potrafi rozróżnić poszczególne etapy sprzedaży i wie jak moderować ich przebieg.	K_U04
U_02	Potrafi wykorzystać dostępną wiedzę w poszukiwaniu klientów	K_U06 K_U01
Kompetencje społeczne:		

K_01	Posiada zdolności do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim, oraz rozumie potrzebę uczenia się i rozwoju personalnego.	K_K01 K_K05
------	---	----------------

Kryteria oceny efektów uczenia się oraz metody ich weryfikacji						
Symbol efektu uczenia się (1)	na ocenę 2	na ocenę 3	na ocenę 4	na ocenę 5	na ocenę 6	Metody weryfikacji efektów uczenia się (2)
W_01	Nie posiada wiedzy na temat obiektów sprzedaży i przebiegu procesu sprzedaży.	Posiada wiedzę na temat obiektów sprzedaży i przebiegu procesu sprzedaży z drobnymi nieścisłościami.	Posiada wiedzę na temat obiektów sprzedaży i przebiegu procesu sprzedaży.	Posiada pogłębioną wiedzę na temat obiektów sprzedaży i przebiegu procesu sprzedaży.	Posiada pogłębioną i usystematyzowaną wiedzę na temat obiektów sprzedaży i przebiegu procesu sprzedaży, swobodnie ilustruje przykładami zagadnienia teoretyczne.	PP, KO
W_02	Nie zna metod realizacji procesów sprzedaży stosowanych w zależności od rodzaju towarów i nabywców.	Posiada niepełną wiedzę na temat metod realizacji procesów sprzedaży w zależności od rodzaju towarów i nabywców.	Posiada wiedzę na temat metod realizacji procesów sprzedaży w zależności od rodzaju towarów i nabywców.	Posiada pogłębioną wiedzę na temat metod realizacji procesów sprzedaży w zależności od rodzaju towarów i nabywców.	Posiada pogłębioną i usystematyzowaną wiedzę, ze zrozumieniem ilustruje przykładami zagadnienia teoretyczne.	KO
W_03	Nie zna podstawowych określeń dotyczących sprzedaży stosowanych w normach prawnych, nie zna skutków prawnych zrealizowanej sprzedaży.	Posiada niepełną wiedzę na temat podstawowych pojęć prawnych dotyczących sprzedaży i skutków prawnych zrealizowanej sprzedaży.	Posiada wiedzę na temat podstawowych pojęć prawnych dotyczących sprzedaży i skutków prawnych zrealizowanej sprzedaży.	Posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć prawnych dotyczących sprzedaży i skutków prawnych zrealizowanej sprzedaży.	Posiada pogłębioną i usystematyzowaną wiedzę, płynnie przedstawia skutki prawne sprzedaży i zastosowanie określonych pojęć występujących w nomenklaturze prawniczej na konkretnych przykładach.	KO
U_01	Nie potrafi rozróżnić poszczególnych etapów sprzedaży i nie wie jak moderować ich przebieg.	Potrafi rozróżnić niektóre etapy sprzedaży i moderować w niewielkim stopniu ich przebieg.	Potrafi rozróżnić poszczególne etapy sprzedaży i wie jak moderować ich przebieg.	Płynnie rozróżnia poszczególne etapy sprzedaży i wie jak moderować ich przebieg.	Biegle rozróżnia poszczególne etapy sprzedaży i wie jak moderować ich przebieg w konkretnych sytuacjach praktycznych..	KO, P
U_02	Nie potrafi wykorzystać dostępnej wiedzy w poszukiwaniu klientów.	W niewielkim stopniu potrafi wykorzystać dostępną wiedzę w poszukiwaniu klientów.	Potrafi wykorzystać dostępną wiedzę w poszukiwaniu klientów.	Płynnie potrafi wykorzystać dostępną wiedzę w poszukiwaniu klientów.	W konkretnych sytuacjach potrafi biegle wykorzystać dostępną wiedzę umożliwiającą poszukiwanie klientów.	KO
K_01	Nie posiada zdolności do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim, oraz nie rozumie potrzeby uczenia się i rozwoju personalnego.	Posiada niewielkie zdolności do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim, oraz w ograniczonym zakresie rozumie potrzebę uczenia się i rozwoju personalnego.	Posiada zdolności do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim, oraz rozumie potrzebę uczenia się i rozwoju personalnego.	Posiada, połączone z umiejętnością nawiązywania kontaktów, zdolności do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim oraz rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i rozwoju personalnego.	Posiada, połączone z umiejętnością nawiązywania kontaktów i inspirowania innych do interpersonalnych zachowań, zdolności do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim oraz rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i ciągłego doskonalenia (korygowania) rozwoju personalnego.	Wypowiedzi ustne

(1) wpisać symbol efektu uczenia się

- (2) wpisać np.: EU – egzamin ustny; EP – egzamin pisemny; T – test; P – prezentacja; PR – projekt; ES – esej; RE – referat, KO – kolokwium opisowe, PP – przykłady praktyczne, PE – platforma e-learningowa, CS – case study itp.

Treści kształcenia modułu	
Forma modułu: wykład	Forma modułu: ćwiczenia
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dyskusja nad istotą symulacji biznesowych. 2. Ćwiczenie umiejętności komunikacji według ustalonego wzorca. 3. Definiowanie produktu jako obiektu sprzedaży. 4. Analiza systemów przekazu. 5. Opisywanie produktu. 6. Poznawanie etapów sprzedaży. 7. Rozróżnianie i ćwiczenie moderowania przebiegu poszczególnych etapów sprzedaży. 8. Utrwalanie w praktyce sekwencji SELL. 9. Identyfikacja najważniejszych skutków prawnych sprzedaży. 10. Zaznajomienie z podstawowym pojęciami i definicjami prawnym dotyczącymi sprzedaży <p>Ćwiczenia w zakresie stymulowania sprzedaży</p>

Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. J. Chriqui Feigon, <i>Techniki skutecznej sprzedaży przez telefon i Internet</i>, Wyd. MT Biznes, Warszawa 2018 2. Futrell Ch. M., <i>Nowoczesne techniki sprzedaży</i>. Wolters Kluwer Polska., Warszawa 2004.
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gitomer J., <i>Biblia handlowca. Najbogatsze źródło wiedzy o sprzedaży</i>, Wyd. Helion, Gliwice 2016 2. Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Vong V., <i>Marketing. Podręcznik Europejski</i>, PWE, Warszawa 2002. 3. Karpiel Ł., Skrzypek M., <i>Towaroznawstwo ogólne</i>. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2000. 4. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie (zn.mwse.edu.pl).

Metody dydaktyczne
Zajęcia wspomagane zastosowaniem prezentacji multimedialnych. Rozwiązywanie problemów sytuacyjnych w grupach i pojedynczo, dyskusje. Liczne analizy i „burze mózgów” przebiegu zdarzeń gospodarczych mających miejsce w rzeczywistości.

Nakład czasu pracy studenta w przeliczeniu na godziny i punkty ECTS		
Elementy składające się na pracę studenta	Ilość godzin	Ilość punktów ECTS
Udział w wykładach		
Udział w ćwiczeniach	25	
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów		
Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń	10	
Przygotowanie się do egzaminu		
Przygotowanie się do zaliczenia	10	
Przygotowanie eseju		
Przygotowanie prezentacji		
Przygotowanie referatu		
Przygotowanie projektu		
Inne (wymienić jakie) udział w konsultacjach	5	

Suma	50	2
------	----	---