



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Nowoczesne techniki zakupu i sprzedaży

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie Specjalność: zarządzanie w handlu i usługach Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil ogólnoakademicki Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAZHUS.PL10D.0904.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	brak	
Przedmioty wprowadzające	Podstawy zarządzania, Nauka o organizacji	
Koordynator	Anna Murawska	
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 30 Ćwiczenia audytoryjne: 15	Liczba punktów ECTS 2.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat nowoczesnych technik zakupu i sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych.	ZA_O1_K_W03	P6S_WG
W2	Wyjaśnia i identyfikuje zawód sprzedawcy, rolę klienta oraz posiada wiedzę na temat sprzedaży relacyjnej.	ZA_O1_K_W18, ZA_O1_K_W19	P6S_WG, P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Potrafi zastosować nowoczesne techniki zakupu i sprzedaży oraz wykorzystać w praktyce profesjonalny model rozmowy handlowej.	ZA_O1_K_U03, ZA_O1_K_U20	P6S_UO, P6S_UW
U2	Potrafi zarządzać czasem, tworzyć relację z klientem, planować rozmowy z klientem oraz odpowiadać na ich zastrzeżenia.	ZA_O1_K_U03, ZA_O1_K_U07, ZA_O1_K_U20	P6S_UO, P6S_UW, P6S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	jest gotów do świadomego korzystania z technik zakupu i sprzedaży oraz kreatywnie poszukuje nowych i skutecznych rozwiązań w relacjach z klientem.	ZA_O1_K_K03, ZA_O1_K_K08	P6S_KR, P6S_KO

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Zawód sprzedawca, profesjonalny sprzedawca 2. Etyka a relacje z klientem 3. Rola klienta na współczesnym rynku, jego zadowolenie, potrzeby i lojalność 4. Przygotowanie do sprzedaży relacyjnej 5. Wiedza sprzedawcy na temat klientów, produktów i technologii 6. Sprzedaż osobista 7. Profesjonalny model rozmowy handlowej 8. Zaawansowane techniki rozmów handlowych 9. Zarządzanie czasem i obszarem sprzedaży 10. Nowoczesne techniki zakupu 11. Dostawca i jego ocena	Wykład	W1, W2, U1, U2, K1
2.	1. Komunikacja podstawą tworzenia relacji 2. Poszukiwanie potencjalnych klientów 3. Planowanie rozmowy z klientem 4. Metody, elementy i strategia prezentacji 5. Odpowiadanie na zastrzeżenia klienta 6. Obsługa i kontynuacja sprzedaży 7. Odgrywanie ról charakterystycznych dla procesu sprzedaży	Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1, U2, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład, Dyskusja	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	60%
	Prezentacja	40%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	1. Zaliczenie pisemne - pisemne kolokwium końcowe z wykładu - 10 pytań opisowych (60% składowych oceny końcowej). 2. Prezentacja - opracowanie i prezentacja podczas zajęć referatu na podany przez nauczyciela temat; kryteria oceny: wartość merytoryczna opracowania, sposób wystąpienia, jakość opracowania, rzetelność, aktualność materiału, przykłady praktyczne, źródła, czas prezentowania (40% składowych oceny). Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest pozytywna ocena z kolokwium zaliczeniowego z wykładu, student ma prawo do dwóch kolokwii poprawkowych. Prezentacja referatów będzie się odbywać od drugiej połowy zajęć.	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład, Dyskusja, Case study, Praca w grupie	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	80%
	Zaliczenie ustne	20%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	1. Zaliczenie pisemne - pisemne kolokwium końcowe z ćwiczeń audytoryjnych - 10 pytań opisowych (80% składowych oceny końcowej). 2. Zaliczenie ustne - aktywność, udział w dyskusjach, praca w grupie, rozwiązywanie zadań (20% składowych oceny końcowej). Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest pozytywna ocena z kolokwium zaliczeniowego z ćwiczeń, student ma prawo do dwóch kolokwii poprawkowych.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Zaliczenie pisemne	Prezentacja	Zaliczenie ustne
W1	x	x	x
W2	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
K1	x	x	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Futrell Ch. M., 2011. Nowoczesne techniki sprzedaży. Metody prezentacji, profesjonalna obsługa, relacje z klientami, Wydanie II, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
2. Wolniak R., Skotnicka-Zasadzień B., 2008. Wybrane metody badania satysfakcji klienta i oceny dostawców w organizacji, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
3. Walecka A., 2019. Skuteczna komunikacja z dostawcami instrumentem kształtowania kapitału relacyjnego w łańcuchu dostaw, [w:] Współczesne aspekty zarządzania logistyką, red. B. Galińska, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź.

Literatura uzupełniająca

1. Zatwarnicka-Madura B., 2004. Techniki sprzedaży osobistej, Wydawnictwa Fachowe CeDeWu.pl, Warszawa.
2. Barron W., 2023. Selling made simple, Published by Salesman.com, <https://salesman.com/book/>, dostęp 19.07.2023.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	30
	Ćwiczenia audytoryjne	15
Praca własna studenta	Konsultacje	3
	Przygotowanie do zajęć	7
	Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Łączny nakład pracy studenta		60
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut