|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Wypełnia Zespół Kierunku | Nazwa modułu (bloku przedmiotów): **PRZEDMIOTY DO WYBORU** | | | | | | Kod modułu: **E** | |
| Nazwa przedmiotu: **Techniki sprzedaży i reklamy** | | | | | | Kod przedmiotu: **39.2.** | |
| Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: **INSTYTUT EKONOMICZNY** | | | | | | | |
| Nazwa kierunku: **EKONOMIA** | | | | | | | |
| Forma studiów: **SS** | | | Profil kształcenia: **praktyczny** | | | Specjalność: EM | |
| Rok / semestr:  **II/III** | | | Status przedmiotu /modułu:  **do wyboru** | | | Język przedmiotu / modułu:  **polski** | |
| Forma zajęć | wykład | ćwiczenia | | laboratorium | projekt | seminarium | inne  (wpisać jakie) |
| Wymiar zajęć (godz.) |  | 15 | |  | 15 |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Koordynator przedmiotu / modułu | dr inż. Tomasz Winnicki |
| Prowadzący zajęcia | dr inż. Tomasz Winnicki, dr Ewa Patra; |
| Cel kształcenia przedmiotu / modułu | Zapoznanie studentów z istotą procesu sprzedaży z punktu widzenia klienta oraz sprzedawcy jako reprezentanta oferenta. |
| Wymagania wstępne | Podstawy marketingu. Mikro- i makroekonomia. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **EFEKTY UCZENIA SIĘ** | | |
| Nr efektu uczenia się/ grupy efektów | Opis efektu uczenia się | Kod kierunkowego efektu  uczenia się |
| 01 | Zna i rozumie znaczenie technik sprzedaży i reklamy oraz ich wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. | K1P\_W01 |
| 02 | Umie zidentyfikować kluczowe czynniki warunkujące efektywność ekonomiczną działań marketingowo-sprzedażowych | K1P\_U07 |
| 03 | Potrafi dostosować narzędzia i techniki sprzedaży do potrzeb odbiorców | K1P\_U02 |
| 04 | Jest gotów do etycznego realizowanie potrzeb klientów oraz innych podmiotów „partycypujących” | K1P\_K01 |

|  |
| --- |
| **TREŚCI PROGRAMOWE** |
| Ćwiczenia |
| Istota sprzedaży i reklamy. Marketing a sprzedaż. Proces sprzedaży i jego etapy. Zachowania konsumenckie. Cechy handlowca/sprzedawcy oraz jego zadania. Zagrywki handlowe. Błędy handlowe. Narzędzia oddziaływania na klienta. Etyka w sprzedaży. |
| Projekt |
| Przygotowanie oferty sprzedażowej i związanej z nią reklamy – praca w grupie 2-3 studentów. Prezentacja, dyskusja i omówienie. |

|  |  |
| --- | --- |
| Literatura podstawowa | 1.Grzybek R., Magia sprzedaży: techniki i ćwiczenia. MT Biznes, Warszawa 2017.  2.Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi, Sopot 2016.  3.Rackham N., DeVincentis J., Zespoły sprzedaży w obliczu zmian, Warszawa 2010.  4. Barska A., Reklama wczoraj i dziś, Warszawa 2016.  5. Aktualna literatura naukowa i branżowa z zakresu przedmiotu. |
| Literatura uzupełniająca | 1. Strużycki M., Henryszek T., Nowoczesna reklama na współczesnym rynku, Warszawa 2007.  4. Miesięcznik: Marketing w Praktyce; Marketing i Rynek. |
| Metody kształcenia stacjonarnego | Dyskusja, praca w grupach. Przygotowanie projektu i jego prezentacja. Studium przypadku z zakresu poruszanej tematyki. |
| Metody kształcenia  z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość | Nie dotyczy |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się/grupy efektów |
| Kolokwium | | | 01,02 |
| Prezentacja | | | 02,03,04 |
| Udział w projekcie. | | | 02,03,04 |
| Aktywny udział w zajęciach | | | 04 |
| Formy i warunki zaliczenia | Przedmiot – średnia ocen z projektu i ćwiczeń | Skala do ocen z projektu i ćwiczeń  56 - 62 - ocena 3,0  63 - 72 – ocena 3,5  73 - 82 – ocena 4,0  83 - 91 – ocena 4,5  92 - 100 – ocena 5,0 | |
| Formy i warunki zaliczenia | Ćwiczenia - zaliczenie pisemne z pytaniami otwartymi | minimum 56 % na ocenę pozytywną | |
| Projekt, w tym: | minimum 56 % na ocenę pozytywną | |
| - przygotowanie projektu w zespołach | 30% | |
| - prezentacja multimedialna | 30% | |
| - aktywności na zajęciach | 40% | |
|  |  | |
| Razem | 100% | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NAKŁAD PRACY STUDENTA | | | |
| Rodzaj działań/zajęć | Liczba godzin | | |
| Ogółem | W tym zajęcia powiązane  z praktycznym przygotowaniem zawodowym | W tym udział w zajęciach przeprowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość |
| Udział w wykładach | 0 | 0 | 0 |
| Samodzielne studiowanie | 0 | 0 | 0 |
| Udział w ćwiczeniach audytoryjnych i laboratoryjnych, warsztatach, seminariach | 30 | 30 | 0 |
| Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń | 7 | 7 | 0 |
| Przygotowanie projektu / eseju / itp. | 10 | 10 | 0 |
| Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia | 8 | 8 | 0 |
| Udział w konsultacjach | 1 | 1 | 0 |
| Inne | 0 | 0 | 0 |
| **ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.** | 56 | 56 | 0 |
| **Liczba punktów ECTS za przedmiot** | **2** | | |
| Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi | 2 | | |
| Liczba punktów ECTS związana z kształceniem na odległość (kształcenie z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość) | 0 | | |
| Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | 1,2 | | |