*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** *2022-2024 (skrajne daty*)

Rok akademicki 2023/2024

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Techniki sprzedaży usług |
| Kod przedmiotu\* | E/II/EUB/C-1.4c |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Ekonomii i Finansów |
| Kierunek studiów | Ekonomia |
| Poziom studiów | Drugi |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | II rok sem. IV |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy do wyboru |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | Piotr Cyrek |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | Piotr Cyrek |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| IV |  | 30 |  |  |  |  |  |  | 3 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1.2. Sposób realizacji zajęć

☑ zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie na ocenę

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Student zna podstawy ekonomii i funkcjonowania rynku. Zna marketingowe narzędzia oddziaływania na klienta. |

3.cele, efekty uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie studentów z podstawowymi technikami sprzedaży, a w szczególności technikami przydatnymi w sprzedaży usług. |
| C2 | Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności krytycznej analizy sytuacji handlowych oraz efektywnego zachowania w takich sytuacjach. |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK­\_01 | Wymienia i charakteryzuje mechanizmy rynkowe odnosząc je do istoty sprzedaży usług. | K\_W01, K\_W03, |
| EK\_02 | Opisuje i tłumaczy szereg zagadnień i definicji zawartych w merytorycznych ramach technik sprzedaży usług. | K\_W01, K\_W03, |
| EK\_03 | Analizuje zjawiska i procesy dotyczące rynku usług oraz porównuje je z założeniami modeli teoretycznych | K\_U01, |
| EK\_04 | Wykrywa przyczyny określonego stanu danej sytuacji handlowej, proponuje alternatywne rozwiązania oraz wyznacza optymalne dla niej rozwiązanie. | K\_U01, K\_U02, K\_U04, |
| EK\_05 | Przeprowadza syntetyczną prezentację dotyczącą wybranego aspektu technik sprzedaży usług poprawnie argumentując przyjęte tezy | K\_U09, K\_U12 |
| EK\_06 | Akceptuje różne koncepcje rozwiązań problemów postawionych do analizy w trakcie przygotowania projektów oraz stosownie argumentuje własne poglądy kierując zespołem. | K\_U11, |
| EK\_07 | Pracuje w zespole uznając znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów, będąc jednocześnie odpowiedzialnym za rezultat wypracowany przez zespół. | K\_K02, K\_K03, |

**3.3Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
|  |

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Sprzedaż, sprzedawca, klient, techniki sprzedaży – problemy definicyjne. |
| Społeczne, etyczne i prawne problemy związane ze sprzedażą. |
| Przygotowanie do sprzedaży. Motywy klientów. Wiedza sprzedawców na temat klientów, produktów i technologii. |
| Przebieg procesu sprzedaży (etapy, problemy, realizacja). Poszukiwanie potencjalnych klientów. Planowanie rozmowy z klientem. |
| Prezentacja. Wybór metody prezentacji. Strategia rozpoczęcia. Elementy prezentacji. Odpowiadanie na zastrzeżenia klienta. Zamknięcie sprzedaży. |
| Obsługa i kontakty po sprzedaży. Przebieg Procesu reklamacyjnego. |
| Krytyczna analiza sytuacji handlowych. Praca z wykorzystaniem materiału filmowego. |
| Techniki obrony własnego stanowiska i odpowiedzi na zarzuty klientów. |
| Skuteczna komunikacja. Spójność komunikacyjna. Aktywne słuchanie. Zadawanie pytań. |
| Komunikacja werbalna a niewerbalna. |
| Negocjacje w biznesie. Warunki, rodzaje, strategie negocjacji. Komunikatywność i asertywność jako cechy negocjatora. |
| Negocjacje zespołowe. Ćwiczenie według scenariusza. |
| Nowoczesne techniki wywierania wpływu – Koncepcja neuromarketingu, przykłady technik NLP. |

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

*Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość*

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów(projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja),gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość*

*Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń*

Ćwiczenia obejmują dyskusję moderowaną, analizę i interpretację tekstów źródłowych, rozwiązywanie zadań, analizę studium przypadku, referaty studentów oraz zespołową pracę w podgrupach. Możliwe do realizacji z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| ek\_ 01 | kolokwium, wypowiedzi studenta w trakcie dyskusji | ćwiczenia |
| Ek\_ 02 | kolokwium, wypowiedzi studenta w trakcie dyskusji | ćwiczenia |
| EK\_03 | kolokwium, wypowiedzi studenta w trakcie dyskusji | ćwiczenia |
| EK\_04 | konstruktywna krytyka sytuacji przedstawionych w materiale filmowym | ćwiczenia |
| EK\_05 | referat z prezentacją | ćwiczenia |
| EK\_06 | obserwacja studenta w trakcie realizacji zadań w zespołach | ćwiczenia |
| EK\_07 | obserwacja studenta w trakcie realizacji zadań w zespołach | ćwiczenia |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest:  -pozytywna ocena z kolokwium sprawdzającego stopień opanowania przez studentów materiału podanego w trakcie ćwiczeń oraz wskazanej literatury,  -poprawne zrealizowanie wybranych przez prowadzącego ćwiczenia zagadnień do samodzielnego opracowania w postaci referatu,  -aktywność w rozwiązywaniu problemów postawionych do realizacji w trakcie ćwiczeń,  -aktywne uczestnictwo studentów w prowadzonej na ćwiczeniach dyskusji kierowanej.  Ćwiczenia kończą się zaliczeniem na ocenę, którą student otrzymuje jako składową różnych ocen za poszczególne aktywności w trakcie zajęć, tj. z kolokwium x 0,35+ średnia z ocen za referat i prezentację x 0,3 + średnia z ocen za zadania realizowane zespołowo x 0,3 + ocena za aktywność x 0,05.  Kolokwium: Podstawą oceny jest punktacja odpowiadająca poprawnym odpowiedziom na 16 pytań składających się na test jednokrotnego wyboru. Student otrzymuje ocenę proporcjonalnie do uzyskanych punktów tj.:  16- 15 pkt – ocena 5,0  14- 13 pkt – ocena 4,5  12- 11 pkt – ocena 4,0  10- 9 pkt – ocena 3,5  8- 8 pkt – ocena 3,0  7- 0 pkt – ocena 2,0  Ocena za referat różnicowana jest na podstawie stopnia opanowania i samodzielności w prezentowaniu treści. Na ocenę prezentacji składa się natomiast jej zakres merytoryczny i poprawność kompozycji zestawionych treści w połączeniu z poprawnością cytowań i przypisów.  Zadania realizowane w zespołach oceniane są na podstawie punktów uzyskanych przez studentów za każdy z elementów zadania. Przed realizacją zadania studenci informowani są przy tym jakie elementy zadania będą oceniane i jaki wpływ na ocenę z zadania będą miały jego składowe.  Ocena za aktywność odpowiada liczbie spontanicznych wystąpień studenta w trakcie ćwiczeń: ocena 5 – co najmniej 3 wystąpienia, 4 – co najmniej 2 wystąpienia, 3 – co najmniej jedno wystąpienie. Jeśli student nie zabiera głosu do ustalenia oceny końcowej przyjmuje się wartość 0. |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 1 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, kolokwium, napisanie referatu, przygotowanie prezentacji, samodzielne studia literatury itp.) | 44 |
| SUMA GODZIN | 75 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 3 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy |  |
| zasady i formy odbywania praktyk |  |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. Maister D.H., Green C.H., Galford R.M. 2011, Zaufany doradca. Jak budować trwałe relacje z klientami. Wydawnictwo Helion, Gliwice. 2. Futrell Ch.M., 2011, Nowoczesne techniki sprzedaży. Metody prezentacji, profesjonalna obsługa, relacje z klientami, Wolters Kluwer Polska, Warszawa. 3. Rosell L., 2010, Techniki sprzedaży. O sztuce sprzedawania, BL Info Polska. 4. Moulinier R., 2007, Techniki sprzedaży, PWE, Warszawa. |
| Literatura uzupełniająca:   1. Sparks L., 2008, Efektywna sprzedaż. 151 błyskotliwych rozwiązań, Helion, Gliwice. 2. Mortensen K.W., 2006, Sztuka wywierania wpływu na ludzi. Dwanaście uniwersalnych praw skutecznej perswazji, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)