

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Nowoczesne techniki sprzedaży (Ćw. audytoryjne), PG_00172245						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027			
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów			
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji		na uczelni			
Rok studiów	2	Język wykładowy		polski			
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS		2.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia		zaliczenie			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Strategii Marketingowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Tomasz Konewka					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	14.0	0.0	0.0	0.0	14
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	14		5.0		31.0	50
Cel przedmiotu	Umiejętność formułowania celu sprzedaży i budowanie wartości w procesie negocjacji.						
	Umiejętność zastosowania odpowiednich technik sprzedażowo-negocjacyjnych.						
	Umiejętność budowania i rozwijania relacji jako element budowania wartości z kontrahentem.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSG3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	student potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie warunki funkcjonowania podmiotów gospodarczych	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSG3_U07] potrafi realizować transakcje handlowe na rynku międzynarodowym, wybrać i zastosować odpowiednią formę rozliczenia transakcji, analizować i krytycznie oceniać przebieg transakcji	student potrafi analizować transakcje handlowe oraz umiejętnie wybierać i stosować odpowiednią ich formę. Pogłębianie wiedzy na temat wyboru odpowiedniej transakcji możliwa jest dodatkowa analiza na konsultacjach	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSG3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	student potrafi prawidłowo identyfikować i diagnozować dylematy i różne rozwiązania związane z wykorzystaniem zawodu	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
Treści przedmiotu	[MSG3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości	student zna i rozumie formy przedsiębiorczości i jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy;	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	1. Wprowadzenie do procesu sprzedaży. Techniki sprzedaży. Podejście do procesu sprzedaży. Etapy sprzedaży. Cechy idealnego sprzedawcy. 2. Trudne sytuacje w sprzedaży. Obiekcje i zastrzeżenia. Cena kryterium wyboru. Jak omijać "nie". Przyczyny i sposoby reagowania na sprzeciw. Sprzedaż dzięki relacjom. Mowa ciała. Techniki komunikacji. 3. Umiejętność zamykania sprzedaży. Argumentacja. Budowanie relacji po sprzedaży. 4. Podstawowe aspekty i rodzaje negocjacji. Narzędzia negocjacyjne. Stres w negocjacjach. Różnice kulturowe. 5. Strategie negocjacji. Kreowanie wartości. Składanie propozycji. Manipulacje w procesie negocjacyjnym. 6. Techniki wpływu społecznego wykorzystujące ramy interpretacyjne komunikatu. Rola słowa w komunikacji werbalnej. 7. Negocjacje a emocje. Techniki sekwencyjne.		
	Wymagania wstępne i dodatkowe		
	Brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	egzamin pisemny	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Izabela Krejca-Pawski, Sprzedaż, tylko sprawdzone techniki, Biznes, samo.sedno, Warszawa 2015 Rene Moulinier, Techniki sprzedaży, PWN Warszawa 2007 Sławomir Janiszewski, Strategie negocjacji, Wydawca Hutu, Warszawa 2018 Paweł Kowalewski, Profesjonalne negocjacje, Wydawnictwo Helion S.A., Gliwice 2022	

	Uzupełniająca lista lektur	Vincent Harris, Harlan H. Goerger, Jak skutecznie omijać "nie" w biznesie, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2010 Peter Coughter, Sztuka perswazji i skuteczne techniki prezentacji. Jak wygrać przetarg, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2014 Dariusz Dolinski, Tomasz Grzyb, Sto technik wpływu społecznego, Wydawnictwo Smak Słowa, Sopot 2022
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.