

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Sprzedaż i negocjacje (Ćw. audytoryjne), PG_00172404						
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	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		1.0		
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	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15		5.0		5.0	25
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_W06] zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	student zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi Pogłębienie wiedzy w tym zakresie możliwe jest na konsultacjach.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[MSG3_W03] ma zaawansowaną i uporządkowaną wiedzę o gospodarce światowej oraz międzynarodowych stosunkach gospodarczych, rozumie proces ich ewolucji, w tym jej przyczyny i konsekwencje	student ma zaawansowaną i uporządkowaną wiedzę o gospodarce światowej oraz międzynarodowych stosunkach gospodarczych	[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[MSG3_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[MSG3_U02] potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować zjawiska i procesy gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi stosowanych w naukach ekonomicznych	student potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
Treści przedmiotu	1. Techniki sprzedaży. Podejście do procesu sprzedaży. Etapy sprzedaży. Cechy idealnego sprzedawcy. 2. Case study: 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. Case study: Umiejętność zamykania sprzedaży. Argumentacja. Budowanie relacji po sprzedaży. 4. Ćwiczenia: narzędzia negocjacyjne.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	zaliczenie grupowe w formie przygotowanego przykładu negocjacyjnego	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 J. Pietrzak, Implications of Market Entry Mode on Sales Structure Organization and Competitive Edge in CEE Markets, Proceedings FH Science Day, Shaker Verlag, Aachen 2008
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.