

Tytuł Metody promocji, negocjacji i techniki sprzedaży	Kod 10111053310111401493
Kierunek Zarządzanie - studia niestacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 2 / 3
Specjalność Zarządzanie przedsiębiorstwem	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 20 Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty / seminaria: -	Liczba punktów 4
	Język prowadzenia przedmiotu polski

Prowadzący:

dr inż. Karolina Bondarowska
Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. (61) 665 34 03
karolina.bondarowska@wp.pl

Wydział:

Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. (61) 665-33-74, fax.
e-mail: office_fem@put.poznan.pl

Miejsce przedmiotu w programie studiów:

Przedmiot obieralny na studiach drugiego stopnia na kierunku Zarządzanie przedsiębiorstwem

Założenia i cele przedmiotu:

1. Prezentacja teoretycznych zagadnień z zakresu komunikacji interpersonalnej w kontekście poprawnych metod komunikacji w biznesie.
2. Nabycie przez studentów umiejętności identyfikacji barier komunikacyjnych.
3. Prezentacja wybranych technik promocji wraz z przykładami ich zastosowania w wybranych obszarach działalności biznesowej.
4. Nabycie umiejętności ewaluacji kampanii promocyjnej w aspekcie prawidłowej komunikacji interpersonalnej.
5. Usystematyzowanie wiedzy w zakresie technik negocjacyjnych oraz prezentacja typowych stylów negocjacji z wykorzystaniem gry dydaktycznej symulującej proces rozwiązywania problemów negocjacyjnych.

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

1. Proces komunikacji interpersonalnej.
2. Komunikacja werbalna i pozawerbalna
3. Doskonalenie umiejętności argumentowania- gra dydaktyczna.
4. Zasady poprawnej komunikacji, bariery komunikacyjne.
5. Wybrane narzędzia promocji.
6. Style, techniki i trudne sytuację negocjacyjne.
7. Wybrane techniki sprzedaży.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Wymagana podstawowa wiedza z zakresu marketingu oraz ogólna wiedza humanistyczna.

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Wykład z użyciem technik multimedialnych oraz ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem elementów metody studium przypadku oraz gier dydaktycznych.

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Pisemne zaliczenie

Bibliografia podstawowa:

1. Nęcki Z., Negocjacje w biznesie Wydawnictwo ANTYKWA Kluczbork 2009
2. Winch A. Winch S., Techniki negocjacji i sprzedaży, wydanie drugie Wydawnictwo Difin Warszawa 2005

Bibliografia uzupełniająca: