

Tytuł <b>Metody promocji, negocjacji i techniki sprzedaży</b>	Kod <b>1011102331011140020</b>
Kierunek <b>Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia</b>	Rok / Semestr <b>2 / 3</b>
Specjalność <b>Corporate Management (Zarządzanie przedsiębiorstwem)</b>	Przedmiot <b>obieralny</b>
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: -    Laboratoria: -    Projekty / seminaaria: -	Liczba punktów <b>2</b>
	Język prowadzenia przedmiotu <b>polski</b>

**Prowadzący:**

mgr inż. Joanna Ziomek  
e-mail joanna.ziomek@put.poznan.pl  
Wydział Inżynierii Zarządzania  
ul.Strzelecka 11, 60-965 Poznań, tel.(061) 665 33 04

**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:**

Methods of promotion, negotiation and sales techniques

**Założenia i cele przedmiotu:**

Zdobycie wiedzy i opanowanie umiejętności z zakresu identyfikacji oraz stosowania metod i technik promocji, metod i technik negocjacji oraz metod i technik sprzedaży

**Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):**

Proces komunikacji w marketingu. Cele działań promocyjnych. Narzędzia promocyjne. Strategia kreatywna. Strategia medialna. Etapy kampanii promocyjnej. Modele reklamy. Negocjacje jako sposób rozwiązywania problemu. Fazy negocjacji. Style negocjacji. Zasady dobrej komunikacji. funkcje sprzedaży bezpośredniej. Proces zakupu produktów. Elementy zachowań nabywców.

**Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:**

Podstawy marketingu

**Forma zajęć i metody dydaktyczne:**

Wykład ilustrowany przykładami multimedialnymi oraz ćwiczenia

**Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:**

Test końcowy; zaliczenie wykładów na podstawie wykonanych opracowań przypadków

**Bibliografia podstawowa:**

1. Mantura W. Marketing przedsiębiorstw przemysłowych Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej Poznań 2000
2. Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe, PWN Warszawa 1999
3. Kall J. Reklama PWE Warszawa 2000
4. Futrell C.M., Nowoczesne techniki sprzedaży, metody prezentacji, profesjonalna obsługa, relacje z klientami Wyd. Oficyna Ekonomiczna Kraków 2004
5. pod red. H. Mruka Komunikowanie się w marketingu Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 2004
6. Nęcki Z Negocjacje w biznesie Wyd. Antykwa Kraków 2000

**Bibliografia uzupełniająca:**

