



UNIwersytet
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Techniki e-sprzedaży Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji Specjalność Nowe technologie w inteligentnych organizacjach Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14NMKTIOS.28S.11166.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski		
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski		
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zaprezentowanie technik efektywnej sprzedaży ze szczególnym uwzględnieniem innowacyjnych, elektronicznych form
C2	Wykształcenie umiejętności dostosowania technik e-sprzedaży do potrzeb współczesnego konsumenta

Wymagania wstępne

Brak

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Pogłębi wiedzę na temat budowania struktury e-sprzedaży w organizacji, zarządzania i procedur e-sprzedażowych, dokumentacji i archiwizacji dokumentów, prawnych i etyczno-społecznych aspektów e-sprzedaży oraz techniki e-sprzedaży bezpośredniej, sprzedaży relacyjnej oraz internetowej	NMK_K2_W02, NMK_K2_W03	Prezentacja multimedialna
W2	Zna nowoczesne techniki e-sprzedaży w poszczególnych rodzajach handlu	NMK_K2_W01, NMK_K2_W02, NMK_K2_W03	Prezentacja multimedialna
W3	Rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia posiadanych umiejętności. Potrafi być aktywny, wykazujący kreatywność w prowadzeniu analiz i formułowaniu koncepcji, modeli i strategii e-sprzedaży.	NMK_K2_W03, NMK_K2_W08, NMK_K2_W11	Prezentacja multimedialna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi zdefiniować potrzeby i zachowań konsumentów w e-handlu, specyfikę konsumentów ze względu na wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania	NMK_K2_U05, NMK_K2_U06, NMK_K2_U07, NMK_K2_U08, NMK_K2_U09, NMK_K2_U11	Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
U2	Potrafi zastosować metody projekcyjne w badaniu wizerunku marki oraz postaw konsumentów wobec produktów w świetle stosowanych technik e-sprzedaży	NMK_K2_U06, NMK_K2_U07, NMK_K2_U08, NMK_K2_U11	Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Poszerzy umiejętności identyfikacji zmian postaw nabywców, rozpoznaje motywy aktywności konsumenckiej	NMK_K2_K02, NMK_K2_K04, NMK_K2_K05	Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
K2	Identyfikuje determinanty zachowań konsumentów (dysonans poznawczy, socjalizacja, socjotechnika, psychologia grupy) w e-biznesie.	NMK_K2_K03, NMK_K2_K04, NMK_K2_K05, NMK_K2_K06	Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Definicje: Sprzedaż, e-sprzedaż, sprzedawca, klient, e-techniki sprzedaży	W1, W2, W3	Ćwiczenia
2.	Skuteczna komunikacja. Spójność komunikacyjna w procesie e-sprzedaży	W2, W3, U1	Ćwiczenia
3.	Rola asertywności e-sprzedawcy w skuteczności sprzedaży produktów i usług	W3, U1, U2	Ćwiczenia
4.	Nowoczesne techniki wywierania wpływu a zachowania klientów	U1, U2, K1, K2	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
5.	Negocjacje handlowe. Warunki, rodzaje, strategie negocjacji	U1, K1, K2	Ćwiczenia
6.	Motywy klientów. Wiedza e-sprzedawców na temat klientów, produktów i technologii	W3, U1, U2, K2	Ćwiczenia
7.	Poszukiwanie potencjalnych klientów	U2, K1, K2	Ćwiczenia
8.	Planowanie rozmowy z klientem. Odpowiadanie na zastrzeżenia klienta. Zamknięcie sprzedaży. Obsługa i kontakty po sprzedaży. Przebieg procesu reklamacyjnego – prezentacja scenek	W3, U1, U2, K1, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa, Metoda warsztatowa

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Marzec K., Narzędzia Google dla e-commerce, Gliwice 2018.
2. Kaplan M., Skuteczne techniki idealnego sprzedawcy. Mistrzowskie domykanie transakcji w każdym miejscu i czasie, Gliwice 2017

Dodatkowa

1. C. Lerner, Wybuchowy wzrost. Jak zbudowałem gigantyczną społeczność 100 milionów, Łódź 2019

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	15
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	30

Czytanie wskazanej literatury	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
NMK_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej w zakresie komunikowania w nowych mediach
NMK_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu społecznym i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
NMK_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
NMK_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
NMK_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystyczne dla komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
NMK_K2_U07	Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym redakcji, działów odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne, reklamę i marketing w organizacjach komercyjnych i niekomercyjnych oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę
NMK_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
NMK_K2_U09	Absolwent/ka potrafi przygotowywać różne prace pisemne i audiowizualne w języku polskim i języku obcym o tematyce pozostającej w zainteresowaniu dziennikarstwa i komunikacji społecznej, szczególnie w kwestii nowych mediów
NMK_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych w nowych mediach, zagrożeń w przestrzeni internetowej dotyczącej komunikowania
NMK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o bezpieczeństwie
NMK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nowych mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu komunikowania społecznego i mediami cyfrowymi
NMK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku nowe media w komunikacji oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i internetu, a także procesów w nich zachodzących i identyfikowania rządzących nim prawidłowości
NMK_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie znaczenie nowych technologii komunikacyjnych w funkcjonowaniu organizacji i sposobach pracy w redakcjach, działach odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne instytucji komercyjnych i niekomercyjnych, a także sposoby prowadzenia działalności gospodarczej w przestrzeni internetowej