

# AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

## KARTA PRZEDMIOTU

*obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016*

Wydział Rehabilitacji Ruchowej

Kierunek studiów: Kosmetologia studia licencjackie I stopnia

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 71

Stopień studiów: I

Specjalności: Wellness & SPA z zarządzaniem

### 1 PRZEDMIOT

|                      |                                                |
|----------------------|------------------------------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU     | Techniki sprzedazowe w sektorze Wellness & SPA |
| KOD PRZEDMIOTU       | RR71 PSD18                                     |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU | Specjalność: Wellness & SPA z zarządzaniem     |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS  | 1.00                                           |
| JĘZYK WYKŁADOWY      | polski                                         |
| SEMESTRY             | 6                                              |

### 2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA | SEMINARIUM | ZAJĘCIA<br>LABORATORYJNE | ZAJĘCIA<br>KLINICZNE |
|---------|--------|-----------|------------|--------------------------|----------------------|
| 6       | 0      | 14        | 0          | 0                        | 0                    |



### 3 CELE PRZEDMIOTU

Cell1 Pozyskanie elementarnej wiedzy na temat technik sprzedaży i umiejętności jej wykorzystywania w kontaktach z potencjalnymi klientami wellness&spa.

### 4 WYMAGANIA WSTĘPNE

1 Podstawowe wiadomości z zakresu zarządzania i sprzedaży.

### 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza: zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla studiowanego kierunku studiów K\_W16.

EK2 Wiedza: potrafi korzystać z technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych K\_U05.

EK3 Kompetencje społeczne: potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania K\_K04.

### 6 TREŚCI PROGRAMOWE

#### ĆWICZENIA

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | LICZBA GODZIN |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Ć1 | 1. Wprowadzenie do psychologii sprzedaży 1.1. Psychologia społeczna i motywacji: reguły wywierania wpływu na decyzje zakupowe klientów. Najpopularniejsze techniki perswazji i manipulacji 1.2. Sygnały niewerbalne. 1.3. Rola uwagi. Aktywne słuchanie klienta. Znaczenie sygnałów zwrotnych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2             |
| Ć2 | 2..Badanie potrzeb klienta 2.1. Pytania otwarte. 2.2. Pytania zamknięte. 2.3.Pytania pogłębione. 2.4.Klaryfikacja. 2.5.Pytania kierunkujące. 2.6.Parafraza.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2             |
| Ć3 | 3. Techniki rozpoczynania rozmów handlowych 3.1. Nawiązywanie kontaktów handlowych. Zdobywanie zaufania klienta. 3.2. Komunikacja w początkach rozmowy. Prezencja i mowa ciała sprzedawcy. 3.3. Odpieranie wymówek klienta i blokowanie unikania rozmowy. 3.4. Techniki tworzenia pozytywnej atmosfery dialogu. 3.5. Techniki postępowania w sytuacji szybkiej odmowy.                                                                                                                                                                                                                                                           | 2             |
| Ć4 | 4. Skuteczna prezentacja produktu 4.1.Rozpoznanie potrzeb i motywów zakupowych klienta. Techniki ułatwiające zrozumienie rzeczywistych potrzeb klienta. 4.2.Uświadomienie klientowi jego potrzeb. Techniki zadawania właściwych pytań handlowych. 4.3.Właściwa prezentacja produktu. Metody przedstawiania ofert handlowych i promocji. 4.4.Skuteczne słowa w argumentacji handlowej. Jak mówić o produkcie? 4.5.Język korzyści i jego użycie w zależności od rozpoznanych potrzeb oraz typu osobowości klienta. Jak dostosować argumenty do potrzeb klienta? 4.6.Techniki aktywnego słuchania tego, co klient sądzi o produkcie | 2             |
| Ć5 | 5. Techniki argumentacji 5.1.Uzasadnianie. Typy uzasadnień i pseudouzasadnień oraz ich właściwe stosowanie. 5.2.Manipulacje czy, kiedy i jak je stosować? Co robić, gdy manipuluje klient? 5.3.Wypowiedzi z ukrytymi założeniami, presupozycje i implikatury. Świadome stosowanie negacji. 5.4.Pytania precyzujące. 5.5.Obiekcje klientów: typowe i nietypowe. Najskuteczniejsze techniki odpierania obiekcji. 5.6.Osobowość klienta a przyjmowanie argumentacji sprzedawcy. Jak dyskutować z klientem, który wie lepiej? 5.7.Klient nieuprzejmy lub agresywny jak z nim rozmawiać?                                              | 2             |
| Ć6 | 6. Negocjowanie ceny 6.1.Metody prowadzenia rozmów o cenach 6.2.Techniki redukujące wrażliwość klienta na wysokość ceny. 6.3.Prawidłowa prezentacja ceny zasady i pułapki. 6.4.Argumentacja w rozmowie o cenach. Uzasadnianie wysokości ceny. 6.5.Negocjacje cenowe. Systematyka, strategie prowadzenia, skuteczne techniki. 6.7.Techniki obrony przed wymówkami cenowymi.                                                                                                                                                                                                                                                       | 2             |



## ĆWICZENIA

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | LICZBA GODZIN |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Ć7 | 7.Domykanie transakcji 7.1.Sygnały gotowości klienta do podjęcia decyzji o zakupie. Techniki przyspieszania decyzji zakupu. 7.2.Techniki finalizowania kontraktu. 8.Dalsze kontakty z klientem 8.1.Zachowanie po sfinalizowaniu sprzedaży. Co robić w wypadku niepowodzenia sprzedaży? 8.2.Długofalowe budowanie relacji: techniki ułatwiające utrzymanie sympatii i zaufania klienta. 8.3.Rozmowa z klientem w przypadku zgłaszania reklamacji. | 2             |
|    | RAZEM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 14            |

## 7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Burza mózgów
- M2 Dyskusja
- M3 Studium przypadku

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI                                                                                 | ŚREDNIA LICZBA<br>GODZIN NA<br>ZREALIZOWANIE<br>AKTYWNOŚCI |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>                                     |                                                            |
| Godziny wynikające z planu studiów                                                               | 14                                                         |
| Konsultacje przedmiotowe                                                                         | 0                                                          |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji                                                                    | 0                                                          |
| Inne                                                                                             |                                                            |
| <b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b> |                                                            |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury                               | 3                                                          |
| Opracowanie wyników                                                                              | 4                                                          |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 4                                                          |
| Inne                                                                                             | 0                                                          |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>        | 25                                                         |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU</b>                                             | 1                                                          |

## 9 METODY OCENY

## OCENA FORMUJĄCA

|    |                      |
|----|----------------------|
| F1 | Ćwiczenie praktyczne |
| F2 | Referat              |

## OCENA PODSUMOWUJĄCA

|    |                                   |
|----|-----------------------------------|
| P1 | Średnia ważona ocen formułujących |
|----|-----------------------------------|

## WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

|   |                                                       |
|---|-------------------------------------------------------|
| 1 | a. 50% - Ćwiczenia praktyczne, aktywnosc na zajeciach |
| 2 | b. 50% - Referat                                      |

**KRYTERIA OCENY**

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 3          | Otrzymuje student, który uzyska minimum 60% średniej ważonej z oceny podsumowującej.                                                                                                                                                                           |
| NA OCENĘ 4          | Otrzymuje student, który uzyska wynik w przedziale 61-79% średniej ważonej z oceny podsumowującej.                                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 5          | Otrzymuje student, który uzyska minimum 80% średniej ważonej z oceny podsumowującej.                                                                                                                                                                           |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 |                                                                                                                                                                                                                                                                |
| NA OCENĘ 3          | Otrzymuje student, którego wiedza obejmuje podstawowe wiadomości i umiejętności nabyte podczas zajęć praktycznych z technik sprzedaży. Przy pomocy prowadzącego ćwiczenia podejmuje próby wykonania zadań i jest w stanie zrozumieć najważniejsze zagadnienia. |
| NA OCENĘ 4          | Otrzymuje student, który w zakresie wiedzy ma niewielkie braki. Inspirowany przez nauczyciela potrafi samodzielnie wykonać postawione przed nim zadania.                                                                                                       |
| NA OCENĘ 5          | Otrzymuje student, który w stopniu wyczerpującym opanował materiał z ćwiczeń. W swojej wypowiedzi wykorzystuje różne źródła informacji oraz wiedzę z różnych dziedzin nauki.                                                                                   |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 |                                                                                                                                                                                                                                                                |
| NA OCENĘ 3          | Sporadycznie przejawia aktywność na zajęciach. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.                                                                                                                                                                  |
| NA OCENĘ 4          | Wykazuje dużą aktywność na zajęciach. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie. Jest świadomy własnych ograniczeń i wie, kiedy zwrócić się do ekspertów.                                                                                                  |
| NA OCENĘ 5          | Chętnie podejmuje się prac dodatkowych związanych z przedmiotem. Samodzielnie i twórczo rozwija własne uzdolnienia i zainteresowania. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie. Jest świadomy własnych ograniczeń i wie, kiedy zwrócić się do ekspertów.  |

**10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU**

| EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU | ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE       | METODY DYDAKTYCZNE | SPOSOBY OCENY |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------|-------------------------|--------------------|---------------|
| EK1                               | K_W16                               | Cel1            | Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5<br>Ć6 Ć7 |                    | F2 F1 P1      |
| EK2                               | K_U05                               | Cel1            | Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5<br>Ć6 Ć7 |                    | F2 F1 P1      |
| EK3                               | K_K04                               | Cel1            | Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5<br>Ć6 Ć7 |                    | F2 F1         |

**11 WYKAZ LITERATURY****LITERATURA PODSTAWOWA:**

- 1 Rosell L — *Techniki sprzedaży*, Gdańsk, 2005, BL Info Polska Sp. z o.o.,
- 2 Winch A., Winch S — *Techniki sprzedaży i negocjacji*, Warszawa, 2004, Diffin



**LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:**

- 1 **Ziglar Z.** — *Sztuka skutecznej sprzedaży*, Warszawa, 1999, Logos

## **12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH**

**OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ**

Mgr Jagoda Bugaj (kontakt: jagoda.bugaj@gmail.com)

**OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT**

Mgr Jagoda Bugaj (kontakt: jagoda.bugaj@gmail.com)

## **13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI**

---

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(kierownik)

(dziekan)

**PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI** (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....