

## Tárgytematika / Course Description

### Értékesítési technikák

LGB\_SV024\_1

**Tárgyfelelős neve /**
**Teacher's name:** dr. Süle Edit

**Félév / Semester:** 2018/19/2

**Beszámolási forma /**
**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**
**Teaching hours(week):** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**
**Teaching hours(sem.):** 6/0/0

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

Az értékesítés fontos területe mind a kereskedelmi, mind pedig a marketing munkának. A személyes eladás formái, stratégiáinak és taktikáinak ismerete, a menedzselés részletei hozzásegítik a hallgatókat az értékesítés sikeres szervezéséhez és lebonyolításához. A tantárgy keretében a hallgatók többek között megismerkednek az eladásmenedzsment tartalmával és folyamataival, a forgalom és eladószemélyzet tervezésének és értékelésének kérdéseivel, valamint az eladás jogi és etikai kereteivel.

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	<i>A személyes eladás helye az értékesítési rendszerben.</i> Többcsatornás értékesítési rendszerek. Az értékesítési rendszer szintjei és szereplői. Értékesítési utak és eladástípusok megfeleltetése. Hibrid rendszerek működtetése: tapasztalatok, menedzselés, konfliktusok.
2. hét	<i>Az eladásmenedzsment szerepe.</i> A személyes eladás stratégiai kérdései. Az eladásmenedzsment helye a vállalati, a marketing és a logisztikai stratégiában. CRM. A tömeg- és személyes kommunikáció összehasonlítása. Az eladásmenedzsment feladatai.
3. hét	<i>A személyes eladás folyamata és területei.</i> Az értékesítési tárgyalás. AIDA, DIPADA, stb. Együttműködés és versengés. A vásárlást befolyásoló pszichológiai tényezők. Eladási technikák. Problémák az értékesítési tárgyalás során.
4. hét	<i>Az eladási folyamat.</i> Az eladási folyamat 10 lépcsője. LOCATE technika. SPIN eladási módszer. Tárgyalási stratégiák úttörő és követő termék esetén.
5. hét	<i>A személyes eladás egyes területei.</i> Kiskereskedelmi értékesítés: bolti és alternatív formák. Telemarketing. Internetes értékesítés. Nemzetközi környezetben történő eladás.
6. hét	<i>Tervezés és teljesítménymérés az eladásmenedzsmentben.</i> Eladási előrejelzés. Előrejelzési módszerek. Területmeghatározás. Az eladószemélyzet nagyságának meghatározása. Eladási kvótamegállapítás.

7. hét	<i>Az eladási teljesítmény értékelése.</i> Értékelési analízis. Költségelemzés. Objektív és szubjektív mérőszámok.
8. hét	<i>Az eladószemélyzet menedzselése.</i> Toborzás és kiválasztás. Kritériumok. Kiválasztási technikák.
9. hét	<i>Eladási tréning.</i> Célok. Eladási tréning módszerek: OJT, coaching, indoor tréning, elektronikus tréning, adaptív eladás. Értékelési mátrix. Képzési filozófiák.
10. hét	<i>Az eladószemélyzet motiválása.</i> A motiváció pszichológiai folyamata. Motivációs elméletek. A javadalmazás tervezése. A stressz és kiégés problémája.
11. hét	<i>Az üzletkötő szerepei.</i> Az eladószemélyzet szerepészlelése. A szerepkonfliktusok fajtái. A szerepkonfliktusok kezelése: egyéni stratégiák, menedzsment válaszok.
12. hét	<i>Az eladásmenedzsment szervezeti kérdései.</i> Az eladói szerep fejlődése. Az eladószemélyzet irányításának változásai. A versenyképes eladószemélyzet.
13. hét	<i>Etikai és jogi problémák az eladásmenedzsmentben.</i> Írott és íratlan viselkedési szabályok. Az etika filozófiája. Az értékesítés játékerét meghatározó fontosabb jogszabályok. Vállalat és üzletkötő, üzletkötő és vevő kapcsolatának problémái. Etikai kultúra a vállalatban belül.

## **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD**

### **Félévközi hallgatói munka:**

Személyre szabott beadandó dolgozat készítése és határidőre történő leadása.

### **Az értékelés módja:**

A félév vizsgával zárul, aminek eredményébe a féléves feladat 50 %-ban beszámít. Az eredmény megszerzéséhez mind a feladatot, mind a vizsgát legalább elégségesre kell teljesíteni.

0 - 50 % elégtelen

51 - 69 % elégséges

70 - 80 % közepes

81 - 90 % jó

91 - 100 %jeles

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

### **Kötelező irodalom:**

Bauer András-Mitev Ariel Zoltán: Eladásmenedzsment, a személyes értékesítés folyamata és irányítása Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. (a kijelölt fejezetek)

### **Ajánlott irodalom:**

**Rolph E. Anderson-Joseph F. Hair, Jr.-Alan J. Bush: Professional Sales Management, 1992. McGraw-**

**Hill 2nd edition**

Chris Fill: Marketing Communications 2005. Prentice Hall 4th edition pp 761-792.

Paul Copley: Marketing Communications Management 2004. Elsevier 1st published pp. 331-353.

**Constantinovits Milán-Sipos Zoltán: Külkereskedelmi technika – külpiaci kockázat Aula Kiadó, Budapest, 1999. (7. fejezet A személyes tárgyalás pp.107-115.)**

---