

Tárgytematika / Course Description

Értékesítési technikák

NGB_SV024_1

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

Félév / Semester: 2019/20/2

Beszámolási forma /
Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /
Teaching hours(week): 2/0/0

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

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 bonyolításához. A tantárgy keretében a hallgatók többek között megismerkednek értékesítés-, és kvótatervezés módszereivel, az eladásmenedzsment folyamataival, az eladószemélyzet tervezésének, kiválasztásának 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 kiegész 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

Megajánlott jegy szerezhető a 2 zárthelyi dolgozat legalább elégséges teljesítésével, az opcionális feladatokkal és a vendégelőadásokon történő részvétellel. Minden más esetben a félév írásbeli vizsgával zárul. Az értékelés az alábbiak szerint történik:

0 - 50 %	elégtelen
51 - 69 %	elégséges
70 - 79 %	közepes
80 - 89 %	jó
90 - 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.