

NAZIV PREDMETA	Osobna prodaja i pregovaranje					
NIVO STUDIJA	Dodiplomski					
Šifra predmeta	5.01.04.E093	Godina studija			IV	
Nositelj/i predmeta				Bodovna vrijednost (ECTS)		5
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Pružiti studentima znanje o osobnoj prodaji, elementima komunikacije i prezentacije proizvoda i usluga u direktnoj komunikaciji sa kupcima, s ciljem realizacije prodaje i stvaranje dugoročnog zadovoljstva kupaca.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Znanje o procesu osobne prodaje, stilovima komuniciranja sa kupcima, identifikaciji vrijednosti bitnim za kupce, te načinima kako se osobna prodaja može koristiti kao strategija stvaranja veće vrijednosti, vještine kako pripremiti i realizirati prezentaciju proizvoda i usluge kupcu u direktnoj komunikaciji s ciljem realizacije prodajnih ciljeva, proces pregovaranja, rješavanje reklamacija, postprodajne aktivnosti, zaključivanje prodaje					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	<ol style="list-style-type: none"> 1. OSOBNA PRODAJA I MARKETINŠKO SHVAĆANJE (2 sata) 2. MOGUĆNOSTI OSOBNE PRODAJE U INFORMACIJSKO DOBA (2 sata) 3. STVARANJE VRIJEDNOSTI UZ POMOĆ STRATEGIJE USPOSTAVLJANA ODNOSA (3 sata) 4. STILOVI KOMUNICIRANJA-UPRAVLJANJE ODNOSIMA U PRODAJI (3 sata) 5. STRATEGIJE PRODAJE PROIZVODA KOJE DODAJU VRIJEDNOST (4 sata) 6. RAZVIJANJE STRATEGIJE PREZENTACIJE (4 sata) 7. PREGOVARANJE O KUPČEVIM NEDOUMICAMA (2 sata) 8. ZAKLJUČIVANE PRODAJE I POTVRĐIVANJE PARTNERSTVA (2 sata) 9. PRUŽANJE USLUGE NAKON PRODAJE (2 sata) 10. PRODAJNO PREGOVARANJE (3 sata) 					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obaveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0

bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0

Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti				
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % Ispit 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO100 %				
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	Manning, G.L., Reece, B. „Suvremena prodaja“, deseto izdanje, Mate ,Zagreb, 2008.				
Dopunska literatura	Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajlić, S., Drašković, N., „Principi prodaje i pregovaranja“, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2019. Futrell, Ch.M., „Fundamentals of Selling; Customers for Life“ sedmo izdanje, Mc-Graw Hill, 2002 Richmond, K.K., „Powerfull Selling (v.1.0.)“ elektronsko izdanje dostupno na http://2012books.lardbucket.org/ , 2012				
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)					