



SILABUS KOLEGIJA

Akademski godina 2022./2023.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Menadžment prodaje	1.7. Godina studija	1.						
1.2. Studijski program	Specijalistički stručni diplomski studij Upravljanje odnosima s javnošću	1.8. Semestar	2. /ljetni						
1.3. Kratica kolegija	PMENPR	1.9. ECTS	4						
1.4. Šifra kolegija	PRM22215	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu						
1.5. Status kolegija	Izborni								
1.6. Nastavno opterećenje	<table border="1"><thead><tr><th>Vrsta nastave</th><th>Ukupno sati</th></tr></thead><tbody><tr><td>Predavanja</td><td>15</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>15</td></tr></tbody></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	15	Vježbe	15		
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	15								
Vježbe	15								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Tamara Obradović Mazal	2.6. Suradnici na predmetu	
2.2. Akademski stupanj	Dipl. iur.	2.7. Akademski stupanj	
2.3. Zvanje	Predavač	2.8. Zvanje	
2.4. Kontakt e-mail	tamara.obradovic-mazal@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	
2.5. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije	

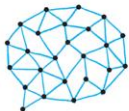
3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija <i>Menadžment prodaje</i> pružiti studentima osnovna teorijska i praktična znanja vezana uz suvremenu poslovnu praksu iz područja upravljanja prodajnom funkcijom i prodajnim osobljem. Kroz ovaj kolegij studenti će se upoznati s ulogom, zadacima i organizacijom prodajne funkcije, sustavima motiviranja i nagrađivanja prodajnih timova, umijećem utjecanja na klijente, prezenitranjem i pregovaranjem u prodajnom procesu. U kolegiju će se posebnu pozornost posvetiti komunikacijskom i pragmatičnom aspektu prodaje, tj. kako pojedina znanja i vještine uspješno primijeniti u praktičnim poslovnim situacijama.
-----------------------	---



3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.									
3.3. Ishodi učenja	I1: Vrednovati ulogu, zadatke, planiranje, organiziranje, vođenje prodajne funkcije. I2: Preporučiti principe stvaranja i vođenja prodajnih timova. I3: Analizirati i procijeniti ispravne i neispravne postupke (pogreške) koje se događaju u procesu prodajnog komuniciranja. I4: Izraditi projekt primjenjujući modele prezentiranja koristeći prodajno pregovaranje.									
3.4. Sadržaj kolegija	1. Uloga, zadaci i organizacija prodajne funkcije 2. Planiranje, vođenje i nadzor prodaje, sustavi motiviranja i nagrađivanja u prodaji 3. Principi stvaranja i vođenja uspješnih prodajnih timova 4. Segmentacija kupaca, upravljanje portfoliom prodajnih kanala 5. B to B prodaja – pomoći uspjehu klijenta 6. Umijeće utjecanja i prodajno prezentiranje 7. Edukacija prodavača - komunikacija u prodaji u 8 koraka. 8. Poslovno pregovaranje									
3.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/>	Predavanja	<input checked="" type="checkbox"/>	Vježbe	<input type="checkbox"/>	Terenska nastava	<input type="checkbox"/>	Multimedija i mreža	<input type="checkbox"/>	Mentorski rad
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	<input checked="" type="checkbox"/>	Auditorne vježbe	<input checked="" type="checkbox"/>	Metodičke vježbe	<input type="checkbox"/>	Vježbe u praktikumu	<input type="checkbox"/>	Laboratorijske vježbe	<input type="checkbox"/>	Eksperimentalne vježbe
3.7. Jezik izvođenja	Hrvatski jezik									
3.8. Obveze studenata	Redovito pohađati nastavu. Položiti vježbe.									
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	1	Pohađanje nastave	<input type="checkbox"/>	Aktivnost na nastavi	1	Pismeni ispit	<input type="checkbox"/>	Usmeni ispit	<input type="checkbox"/>	Kolokviji
3.10. Ocjenjivanje studenata tijekom nastave i završnog ispita	<input type="checkbox"/>	Seminarski rad	<input type="checkbox"/>	Projekt	2	Vježbe	<input type="checkbox"/>	Esej	<input type="checkbox"/>	Ostalo
3.11. Obvezna literatura	1. Wienberg, M. (2015). <i>Sales Management, Simplified.: The Straight Truth About Getting Exceptional Results from Your Sales Team.</i> AMACOM.									

Vrsta ocjene	Bodovi
1. Pohađanje nastave	5
2. Kolokvij/Pismeni ispit	30
4. Vježbe	65
Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100



3.12. Dopunska literatura

1. Diamond, L. E. (2010). *Perfect Phrases for Sales Presentation*. McGraw-Hill Books.
2. Manning, G. L., Reece, B. L. (2008). *Suvremena prodaja - Stvaranje vrijednosti za kupca*. Zagreb: Mate d.o.o.
3. Karrass, C. L. (1992). *The Negotiating Game*. Harper Business.
4. Khalsa, M., Illig, R. (2008). *Let's Get Real or Let's Not Play – Transforming the Buyer-Seller Relationship*, Penguin Group.

3.13. Načini praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa