

Program vyučovaného předmětu – OBCHOD A OBCHODNÍ DOVEDNOSTI

Název předmětu:	Typ předmětu:
Obchod a obchodní dovednosti	povinně volitelný
Způsob ukončení:	Délka výuky předmětu v průběhu vzdělávání:
zápočet a zkouška ve 3. období	přednáška 32 hodin – denní forma 15 hodin – dálková forma cvičení 16 hodin – denní forma
Anotace předmětu	Cílem předmětu je seznámit studenty s poznatky z oblasti obchodu a obchodování a naučit je základním obchodním dovednostem. Předmět se zaměřuje na čtyři tematické okruhy: osobnost obchodníka a jeho předpoklady pro obchodní činnosti, plánování a organizování obchodní činnosti, třetím okruhem jsou principy obchodního jednání, jeho příprava, průběh, ukončení a využití prezentačních technik. Posledním okruhem je využití psychologie v prodeji – zvládání problémových zákazníků, využívání nátlakových taktik při vyjednávání, řešení stížností apod.
Výsledky/Cíle vzdělávání	<p>Znalosti a dovednosti získané studentem absolvováním předmětu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • orientace v náročné problematice obchodu, obchodování a obchodních dovedností, • znalosti základních systémů a procesů řízení a organizace obchodní činnosti firmy (plánování, organizování, personální zajištění, kontrola). • znalosti a dovednosti spojené s využitím komunikačních prostředků obchodníka (verbální a neverbální komunikace, písemná komunikace a písemnosti v obchodu) a jejich uplatnění v konkrétních formách (osobní jednání, telefonické jednání, e-mail, obchodní dopis atd.) a situacích (veletrh, konference, prezentace produktu, písemná nabídka atd.), • znalosti a dovednosti spojené s přípravou, průběhem a ukončením obchodního jednání, • znalosti a dovednosti spojené s vyjednáváním, argumentací a přesvědčováním při obchodování, • schopnosti využití prodejních taktik, metod a technik, prezentace v obchodování, • znalosti a dovednosti z oblasti organizace a řešení stížností a námitek klientů a řešení kontaktů s problémovými zákazníky, • znalosti a dovednosti spojené s vyhledáváním zákazníků, budováním vztahů se zákazníky, péčí o zákazníky a správou zákaznického portfolia, • znalosti z oblasti problematiky interkulturní komunikace v obchodě, • prezentace vlastních názorů na současný obchod, obchodování a způsoby realizace obchodních případů, • chápání podstaty moderního obchodu a obchodování jako součásti propagace firmy.
Hodnocení	Vyučující před zahájením výuky zveřejní požadavky ke zkoušce, formu

výsledků	<p>zkoušky a požadavky pro udělení zápočtu.</p> <p>Požadavky pro udělení zápočtu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • předložení dokumentace ke cvičení • vypracování seminární práce <p>Písemná část zkoušky, 30 minut</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ústní část zkoušky
Seznam studijních pramenů a dalších studijních pomůcek	<p>Základní literatura:</p> <p>FILIPOVÁ, A. Umění prodávat. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s, 2011. ISBN 978-80-247-3511-5.</p> <p>TRACY, B. Jak mnohem lépe prodávat: osvědčené metody a techniky prodeje používané nejlepšími obchodníky. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-2650-035-3.</p> <p>LIMBECK, M. Velká kniha o prodeji. Nový hardselling Staňte se jedničkou na trhu. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80247-4095-9.</p> <p>JADERNÁ EVA, VOLFOVÁ HANA, Moderní retail marketing, Praha: Grada Publishing a.s, 2021. ISBN 978-80-271-1384-2.</p> <p>ŘÍHA DAVID, Rozvoj obchodních a vyjednávacích dovedností, Praha: Grada Publishing a.s, 2021. ISBN 978-80-271-1725-3.</p> <p>NECKAŘ PETR, KOLÁŘ DAVID, JANEČEK DAVID, Průvodce úspěšného obchodníka, Praha: Grada Publishing a.s, 2019. ISBN 978-80-271-2218-9.</p>