

**SPECJALNOŚCIOWE ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE NA EGZAMIN DYPLOMOWY DLA
ŚCIEŻKI KSZTAŁCENIA MENEDŻER SPRZEDAŻY STUDIÓW PIERWSZEGO STOPNIA KIERUNKU
ZARZĄDZANIE OBOWIĄZUJĄCE OD ROKU AKADEMICKIEGO 2023/24**

1.	Rola ceny w strategii marketingowej przedsiębiorstwa.
2.	Metody prognozowania sprzedaży, ich klasyfikacja i możliwości wykorzystania.
3.	Standardy obsługi klienta i ich wpływ na wielkość sprzedaży.
4.	Branding – istota i cele.
5.	Role mentora i menedżera sprzedaży w zarządzaniu sprzedażą.
6.	Cross-selling, up-selling, jako metoda zwiększenia sprzedaży.
7.	Segmentacja klientów – pojęcie, rodzaje, zasady podstępowania z wybranym typem klientów.
8.	Marketing mix – pojęcie, składniki, zakres wykorzystania w sprzedaży.
9.	Strategie sprzedaży - pojęcie, rodzaje, etapy procesu tworzenia strategii sprzedaży.
10.	Badania marketingowe i ich wykorzystanie w procesach sprzedaży.
11.	Koncepcja lejka sprzedażowego jako metoda optymalizacji procesu sprzedaży.
12.	Badania otoczenia przedsiębiorstwa i jego konkurencji.
13.	Koncepcja zarządzania relacjami z klientem.
14.	Franchising jako forma działalności handlowej – pojęcie, cechy charakterystyczne franczyzodawcy i franczyzobiorcy, przykłady w biznesie.
15.	Źródła informacji marketingowej i możliwości ich wykorzystania.
16.	Psychologiczne modele zachowań konsumenckich.
17.	Techniki wywierania wpływu i redukcji obiekcji w sprzedaży osobistej (przykłady i ich opis).
18.	Merchandising - pojęcie, zastosowanie w sprzedaży, metody i techniki.
19.	Zasady konstruowania systemów wynagrodzeń w sprzedaży.
20.	Negocjacje handlowe – pojęcie, etapy procesu negocjacji, techniki wykorzystywane w handlu, cechy dobrego negocjatora.