

**SCENARIUSZ LEKCJI DLA KLASY II ZSZ (ZAWÓD SPRZEDAWCA)  
Z PRZEDMIOTU „PROMOCJA”**

<b>Tytuł cyklu WSiP:</b>	E. Przydatek, J. Przydatek „Promocja”. Podręcznik dla szkoły ponadgimnazjalnej
<b>Etap edukacyjny:</b>	Klasa II ZSZ kształcąca w zawodzie „Sprzedawca”
<b>Przedmiot:</b>	Promocja
<b>Temat lekcji:</b>	Cechy i zadania akwizytora
<b>Czas i miejsce zajęć:</b>	2 razy 45 minut, sala lekcyjna
<b>Cele operacyjne lekcji:</b>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ rozróżnia metody sprzedaży osobistej (sklepowa, network marketing, akwizycja)</li> <li>✓ wymienia najważniejsze cechy akwizytora</li> <li>✓ odczytuje podstawowe komunikaty niewerbalne</li> <li>✓ identyfikuje bariery komunikacyjne</li> <li>✓ analizuje mocne i słabe strony swojej osobowości</li> <li>✓ ocenia swoje predyspozycje jako potencjalnego akwizytora</li> <li>✓ przeprowadza rozmowę sprzedażową wcielając się w rolę akwizytora wybranego produktu</li> </ul>
<b>Metody:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pogadanka</li> <li>✓ Praca w grupach</li> <li>✓ Praca z podręcznikiem</li> <li>✓ Drama</li> <li>✓ Dyskusja</li> </ul>
<b>Pomoce dydaktyczne:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Podręcznik</li> <li>✓ Gazety z ogłoszeniami o pracy, np. poniedziałkowy dodatek do „Gazety Wyborczej” pt. „Praca”</li> <li>✓ Karta obserwacji</li> </ul>
<b>Bibliografia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ E. Przydatek, J. Przydatek, <i>Promocja</i>, WSiP, Warszawa 1999</li> <li>✓ R. Sobiecki (red), <i>Podstawy przedsiębiorczości w pytaniach i odpowiedziach</i>, Difin, Warszawa 2003</li> <li>✓ G. Underhill, <i>Dlaczego kupujemy?</i>, MT Biznes, Warszawa 2001</li> <li>✓ A. Falkowski, T. Tyszka, <i>Psychologia zachowań konsumenckich</i>, Gdańskie Wydawnictwo Prawnicze, Gdańsk 2001</li> </ul>

Przebieg lekcji pierwszej:	<p>1. Wprowadzenie</p> <p>Nauczyciel przypomina omówione na poprzednich lekcjach zagadnienia związane ze sprzedażą osobistą (jej miejsce w systemie działań promocyjnych przedsiębiorstwa, cechy charakterystyczne oraz typowe formy: sprzedaż sklepową i network marketing). Następnie nauczyciel w trakcie pogadanki zadaje pytania „Czy kiedykolwiek uczniowie zetknęli się z akwizytorami?”, „Czy dokonali zakupu produktów oferowanych przez akwizytorów?”, „Jeśli tak, to dlaczego?”, „Jeśli nie, to dlaczego?”, „Jak uczniowie oceniają trudność pracy akwizytora w porównaniu z pracą sprzedawcy w sklepie?”, „Czy są oferty pracy dla akwizytorów?”</p> <p>2. Następnie nauczyciel dzieli klasę na czteroosobowe grupy i każdej z nich wręcza egzemplarz gazety z ogłoszeniami o pracy. Zadaniem poszczególnych grup jest przeanalizowanie ofert pracy i wyszukanie propozycji pracy dla akwizytorów. Na tej podstawie uczniowie określają liczbę takich ofert i ustalają branże, w których najczęściej zatrudnia się akwizytorów (usługi ubezpieczeniowe, kosmetyki, artykuły gospodarstwa domowego, książki, sprzedaż powierzchni reklamowych, itp.). W wyniku tego uczniowie stwierdzają, iż istnieje duża liczba ofert pracy dla akwizytorów w różnych branżach, dzięki czemu można znaleźć atrakcyjną pracę zgodną ze swoimi zainteresowaniami.</p> <p>3. Uczniowie czytają tekst zamieszczony na stronach 100-101 podręcznika „Promocja” zawierający charakterystykę sprzedaży akwizycyjnej.</p> <p>4. Po przeczytaniu tekstu uczniowie pod kierunkiem nauczyciela wypełniają w grupach tabelę pt. „Zalety i wady pracy akwizytora”. W tabeli powinny się znaleźć następujące odpowiedzi uczniów:</p>	
	Zalety pracy akwizytora	Wady pracy akwizytora
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Możliwość pracy w różnych godzinach i z różną intensywnością</li> <li>✓ Bezpośredni wpływ na wysokość zarobków</li> <li>✓ Praca interesująca, dzięki kontaktom z ludźmi eliminująca zjawisko monotonii</li> <li>✓ Może stanowić dodatkowe zajęcie</li> <li>✓ Stosunkowo szerokie możliwości znalezienia zatrudnienia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wynagrodzenie w systemie prowizyjnym uzależnione od wielkości zrealizowanej sprzedaży</li> <li>✓ Konieczność posiadania odpowiednich predyspozycji: wytrwałość, odporność na stres, komunikatywność</li> <li>✓ Niechęć ludzi do akwizytorów ze względu na często nadmierną natarczywość</li> <li>✓ Zatrudnienie oparte często nie na umowie o pracę, ale na umowach agencyjnych, nie zapewniających pełnych uprawnień pracowniczych wynikających z <i>Kodeksu pracy</i></li> </ul>

	<p>5. Uczniowie w grupach wypisują cechy i umiejętności dobrego akwizytora i ustalają ich hierarchię ważności. Powinny wystąpić następujące propozycje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- punktualność</li> <li>- wysoka kultura osobista (znajomość savoir – vivre'u)</li> <li>- taktowność</li> <li>- wyrozumiałość dla klienta</li> <li>- wytrwałość</li> <li>- profesjonalizm i fachowość w danej dziedzinie (doskonała znajomość sprzedawanych produktów lub usług)</li> <li>- zaangażowanie w pracę</li> <li>- samodzielność myślenia</li> <li>- umiejętność wykazywania inicjatywy</li> <li>- opanowanie</li> <li>- umiejętność przekonywania</li> <li>- asertywność</li> <li>- znajomość zasad komunikacji niewerbalnej</li> <li>- umiejętność wczuwania się w sytuację innych (empatia)</li> </ul> <p>6. Uczniowie indywidualnie sporządzają bilans własnych słabych i silnych stron odpowiadając w ten sposób na pytanie „Czy mogę być dobrym akwizytorem?”. Zastanawiają się, które z analizowanych w poprzednim punkcie cech posiadają, a które musieliby rozwijać lub modyfikować, np. niepunktualność przemienić w punktualność.</p> <p>7. Na podstawie analizy tekstu ze str. 100 podręcznika „Promocja” oraz własnych doświadczeń uczniowie ustalają zadania akwizytora, ze szczególnym uwzględnieniem etapu przygotowania do rozmowy z klientem, obejmującego:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- umówienie się na spotkanie z wykorzystaniem zasad prowadzenia rozmowy telefonicznej (właściwa kolejność i dobór słownictwa, modulacja głosu, np. „Dzień dobry. Jestem przedstawicielem firmy X, nazywam się Jan Kowalski, chciałbym zaproponować Państwu ..., kiedy moglibyśmy się spotkać?)</li> <li>- dokładne zapoznanie się ze sprzedawanym produktem, jego cechami, zaletami, korzyściami w porównaniu z produktami konkurencyjnymi</li> <li>- zgromadzenie materiałów promocyjnych (katalogów, cenników, próbek) umożliwiających właściwą prezentację produktów</li> <li>- przygotowanie innych dokumentów do zabrania na rozmowę (identyfikator firmowy, wizytówki, druki zamówień)</li> <li>- wybór odpowiedniego stroju, uczesania, makijażu, biżuterii</li> <li>- dokładne sprawdzenie adresu klienta i możliwości dojazdu do niego (w celu wyeliminowania spóźnienia)</li> </ul> <p>8. Zadanie pracy domowej na następną lekcję  Wcielając się w rolę akwizytora dokonaj prezentacji wybranego produktu lub usługi uwzględniając poznane zadania. Przygotowując się do prezentacji należy pamiętać o właściwej autoprezentacji (odpowiedni ubiór, sposób mówienia, opanowanie technik komunikacji niewerbalnej).</p>
--	---

<b>Przebieg lekcji drugiej:</b>	<p>1. Wprowadzenie Nauczyciel przypomina o zadanym przed tygodniem zadaniu i losowo wybiera czterech uczniów do prezentacji.</p> <p>2. Pozostali uczniowie podzieleni na grupy czteroosobowe dokonują oceny prezentacji wypełniając kartę obserwacji:</p>					
	Kryteria oceny	Skala punktów	Uczeń A	Uczeń B	Uczeń C	Uczeń D
	Ocena wyglądu akwizytora (ubiór, identyfikator)	0 - 10				
	Zachowanie podczas rozmowy, adekwatność przekazów niewerbalnych (sposób siedzenia, kontakt wzrokowy, mimika twarzy, gestykulacja)	0 - 20				
	Zgromadzone materiały promocyjne	0 - 10				
	Sposób argumentacji (umiejętność przedstawienia atutów produktów i korzyści dla klienta)	0 - 20				
	Płynność, poprawność językowa i swoboda wypowiedzi	0 - 20				
	Szybkość reagowania na pytania i wątpliwości klienta	0 - 10				
	Forma przywitania się i pożegnania z klientem	0 - 10				
	Suma punktów	0 - 100				
	Ocena	-				
	<p>3. Proponowana skala ocen:  91 – 100 – celująca  81 – 90 – bardzo dobra  71 – 80 – dobra  56 – 70 – dostateczna  poniżej 56 – dopuszczająca</p> <p>4. Ocenę niedostateczną można wystawić jedynie wtedy, gdy ktoś w ogóle nie wykona zadania. Ocena punktowa prezentacji ucznia obliczana jest jako średnia arytmetyczna punktacji jaką przyznają mu poszczególne grupy.</p> <p>5. Wystąpienia wybranych uczniów-akwizytorów (czas do 8 minut każdy). Po każdej prezentacji następuje wypełnianie kart obserwacji z ewentualną pomocą nauczyciela.</p> <p>6. Podsumowanie Sumowanie punktów i ustalanie ocen. Nauczyciel komentuje wyniki przeprowadzonych prezentacji podkreślając znaczenie przyjętych kryteriów.</p>					
	<b>Uwaga:</b>	Lekcja ta może być wykorzystana jako ćwiczenie przed egzaminem potwierdzającym kwalifikacje zawodowe (etap: prezentowanie). Prezentacją można objąć wszystkich uczniów zakładając po dwie prezentacje na kolejnych lekcjach.				