

## Opis przedmiotu

Kod przedmiotu	PSW1/2		
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie sprzedażą		
Wersja przedmiotu	2		
<b>A. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów</b>			
Poziom kształcenia	Studia II stopnia		
Forma i tryb prowadzenia studiów	Stacjonarne		
Kierunek studiów	Ekonomia		
Profil studiów	Profil praktyczny		
Specjalność	-		
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych w Płocku		
Jednostka realizująca	KNEiS, Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych		
Koordinator przedmiotu	dr Marlena Piekut		
<b>B. Ogólna charakterystyka przedmiotu</b>			
Blok przedmiotów	Specjalnościowe Ekonomia menedżerska		
Grupa przedmiotów	Obieralne		
Status przedmiotu	Fakultatywny ograniczonego wyboru		
Język prowadzenia zajęć	polski		
Semestr nominalny	3 (r.a. 2017/2018)		
Usytuowanie realizacji w roku akademickim	semestr letni		
Wymagania wstępne	Analiza ekonomiczna, Analiza finansowa, Ekonomia managerska, Statystyka, Prawo gospodarcze.		
Limit liczby studentów	Wykład min.15		
<b>C. Efekty kształcenia i sposób prowadzenia zajęć</b>			
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest: - zapoznanie studentów z pojęciem, istotą oraz praktycznymi elementami z zakresu zarządzania sprzedażą; - prezentacja metod, narzędzi oraz rozwiązań stosowanych w zarządzaniu sprzedażą - przygotowanie studentów do praktycznego posługiwania się narzędziami zarządzania sprzedażą - wykształcenie umiejętności studentów do przygotowania planu / strategii zarządzania sprzedażą, realizacji planu oraz operacyjnych korekt planu		
Efekty kształcenia	Patrz tabela 1.		
Formy zajęć i ich wymiar	Wykład	30	
	Ćwiczenia	0	
	Laboratorium	0	
	Projekt	0	
	Lekcje komputerowe	0	
Treści kształcenia	"1. Podstawowe pojęcia, istota, zakres i elementy sprzedaży. 2. Formułowanie strategii sprzedaży. 3. Organizowanie procesu sprzedaży. 4. Kierowanie bieżącą działalnością sprzedaży. 5. Kontrola, analiza i ocena działalności sprzedawców. 6. Modele dystrybucji i obsługi klienta: handel hurtowy i detaliczny, handel elektroniczny; formy i zakres obsługi klienta, wybór kanałów dystrybucji; integracja pionowa i pozioma stosowana w kanałach dystrybucji. 7. Zarządzanie sprzedażą w		

**Opis przedmiotu**

	<p>handlu: rozwiązania klasyczne i nowoczesne, merchandising, franchising. 8. Modele wynagrodzeń i systemy premiowe stosowane w handlu, efektywność programów lojalnościowych, pomiar / analiza skuteczności sprzedaży. 9. Uwarunkowania strategii zarządzania sprzedażą: otoczenie bliższe i dalsze handlu hurtowego i detalicznego; segmentacja rynku i rozmiar rynku, wybór metod i narzędzi obsługi klientów. 10. Globalizacja handlu, specjalizacja i uniwersalizacja handlu w Polsce i w UE – tendencje i kierunki zmian " 1. Podstawowe pojęcia, istota, zakres i elementy sprzedaży. 2. Formułowanie strategii sprzedaży. 3. Organizowanie procesu sprzedaży. 4. Kierowanie bieżącą działalnością sprzedaży. 5. Kontrola, analiza i ocena działalności sprzedawców. 6. Modele dystrybucji i obsługi klienta: handel hurtowy i detaliczny, handel elektroniczny; formy i zakres obsługi klienta, wybór kanałów dystrybucji; integracja pionowa i pozioma stosowana w kanałach dystrybucji. 7. Zarządzanie sprzedażą w handlu: rozwiązania klasyczne i nowoczesne, merchandising, franchising. 8. Modele wynagrodzeń i systemy premiowe stosowane w handlu, efektywność programów lojalnościowych, pomiar / analiza skuteczności sprzedaży. 9. Uwarunkowania strategii zarządzania sprzedażą: otoczenie bliższe i dalsze handlu hurtowego i detalicznego; segmentacja rynku i rozmiar rynku, wybór metod i narzędzi obsługi klientów. 10. Globalizacja handlu, specjalizacja i uniwersalizacja handlu w Polsce i w UE – tendencje i kierunki zmian</p>
Metody oceny	<p>1. Forma i przebieg zaliczenia przedmiotu: - Forma: 1 kolokwium, forma pytań – otwarta, ilość pytań: 6, - jeden termin poprawkowy, który obniża ilość uzyskanych punktów o 1 2. Czynniki decydujące o zaliczeniu przedmiotu i wpływające na ocenę końcową (jednocześnie wszystkie wymienione czynniki): - wynik uzyskany kolokwium (6 punktów) - aktywność na zajęciach (max 1 punkty) 3. Zasady oceniania Liczba punktów - Ocena poniżej 3 pkt. - ndst 3 pkt. - dst 4 - dst+ 4.5 pkt. - db 5 pkt - db+ 6 pkt. - bdb</p>
Metody sprawdzania efektów kształcenia	Patrz tabela 1.
Egzamin	nie
Literatura	<p>1. Holmes C. Zarządzanie sprzedażą. Praktyki najlepszych. Wyd. MT Biznes, 2008 2. Simpkins R.A.(2006). Sztuka zarządzania sprzedażą. Serie wydawnicze: Exclusive 3. Lorimer Sally E., Sinha Prabhakant, Zoltners Andris A. Zwiększanie efektywności działu sprzedaży. Wolters Kluwer, 2013 4. Szumilak J.(red)(2005). Strategie rozwoju</p>

## Opis przedmiotu

	handlu, PWE, Warszawa. 5. Drayton Bird (2011). Zdrowy Rozsądek W Marketingu Bezpośrednim I Interaktywnym. Wyd. MT Biznes 6. Cybulski K.(2008) Zarządzanie działem sprzedaży firmy. Wydawnictwo: PWN
Witryna www przedmiotu	www.knes.pw.plock.pl
<b>D. Nakład pracy studenta</b>	
Liczba punktów ECTS	2
Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów kształcenia	50 h w tym 30 h - wykłady, 4 h -konsultacje, 5 h - zaliczenia i dodatkowe zaliczenia, 2h - przygotowanie pracy, 5 h - przygotowanie do zaliczenia, 4 h - zapoznanie z literaturą
Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:	1,4 - wykłady, egzaminy 0,16 - konsultacje,
Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0
<b>E. Informacje dodatkowe</b>	
Uwagi	brak
Data ostatniej aktualizacji	2018-01-29 10:28:23

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

### Profil praktyczny - wiedza

Efekt:	posiada ogólną wiedzę w zakresie ekonomii managerskiej, analizy finansowej, zarządzania i analiz statystyczno / ekonometrycznych które potrafi wykorzystać w zagadnieniach związanych z zarządzaniem sprzedażą
Kod:	W01
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_W01
Powiązane efekty obszarowe	S2P_W01
Efekt:	zna metody i narzędzia opisu oraz analizy procesu sprzedaży, zarządzania sprzedażą, budowania planu / strategii sprzedaży
Kod:	W06
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_W06
Powiązane efekty obszarowe	S2P_W06
Efekt:	zna praktyczne aspekty organizacji i zarządzania procesem sprzedaży w różnych segmentach rynku, kanałach dystrybucji, modelach sprzedaży, zna przesłanki organizacji struktur sprzedaży, systemów premiowych oraz uwarunkowaniach zmian rynkowych mających wpływ na strategię i plany sprzedaży.
Kod:	W08
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_W08
Powiązane efekty obszarowe	S2P_W03, S2P_W08
<b>Profil praktyczny - umiejętności</b>	
Efekt:	potrafi analizować i interpretować efektywność sprzedaży oraz zna uwarunkowania ekonomiczne

Tabela 1. Efekty przedmiotowe	
	procesu sprzedaży i powiązania procesu sprzedaży z innymi obszarami tak w jednostce gospodarczej jak i otoczeniem.
Kod:	U01
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_U01
Powiązane efekty obszarowe	S2P_U01, S2P_U02
Efekt:	posiada umiejętność wykorzystania wiedzy o zarządzaniu sprzedażą, krytycznie ocenić skuteczność znanych metod / narzędzi wykorzystywanych przy budowaniu strategii / planów sprzedażowych oraz w zakresie zarządzania sprzedażą
Kod:	U06
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_U06
Powiązane efekty obszarowe	S2P_U06
Efekt:	posiada umiejętność samodzielnego rozwiązania problemów zarządczych z zakresu zarządzania sprzedażą, dokonania wyboru metod / instrumentów wspierających proces decyzyjny
Kod:	U07
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_U07
Powiązane efekty obszarowe	S2P_U07
Efekt:	potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zdarzenia związane z procesem sprzedaży, potrafi komunikować się z osobami z różnych środowisk społeczno - gospodarczych a także ze specjalistami w dziedzinie ekonomii
Kod:	U13
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium)
Powiązane efekty kierunkowe	K_U13
Powiązane efekty obszarowe	S2P_U01, S2P_U02
<b>Profil praktyczny - kompetencje społeczne</b>	
Efekt:	jest świadomy zmian w otoczeniu, segmentach rynku, uwarunkowaniach procesu sprzedaży które wymagają ciągłego aktualizowania wiedzy, doświadczeń i korekt metod / instrumentów stosowanych w procesie praktycznego zarządzania sprzedażą.
Kod:	K01
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium), dyskusja w trakcie zajęć.
Powiązane efekty kierunkowe	K_K01
Powiązane efekty obszarowe	S2P_K01
Efekt:	jest świadomy doskonalenia wiedzy i umiejętności a także konieczności łączenia wiedzy i praktyki z wielu dziedzin i dyscyplin: finansów, ekonomii managerskiej, statystyki, ekonometrii, zarządzania, psychologii, prawa gospodarczego
Kod:	K06
Weryfikacja:	zaliczenie przedmiotu (kolokwium), dyskusja w

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

	trakcie zajęć.
Powiązane efekty kierunkowe	K_K06
Powiązane efekty obszarowe	S2P_K01, S2P_K06