

**PROGRAM ZAJĘĆ**

**ROK AKADEMICKI: 2021/2022**

KOD ZAJĘĆ	Z-I-SiOS	
NAZWA ZAJĘĆ W JĘZYKU	POLSKIM	STRATEGIE I ORGANIZACJA SPRZEDAŻY
	ANGIELSKIM	SALES STRATEGIES AND ORGANIZATION

**1. USYTUOWANIE ZAJĘĆ W SYSTEMIE STUDIÓW**

KIERUNEK STUDIÓW	ZARZĄDZANIE
FORMA STUDIÓW	NIESTACJONARNE
POZIOM KSZTAŁCENIA	STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA
PROFIL STUDIÓW	PRAKTYCZNY
JEDNOSTKA PROWADZĄCA ZAJĘCIA	INSTYTUT ZARZĄDZANIA I EKONOMII

**2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ**

PRZYNALEŻNOŚĆ DO GRUPY ZAJĘĆ	ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE (ZARZĄDZANIE LOGISTYKĄ I SPRZEDAŻĄ W PRZEDSIĘBIORSTWIE)	
STATUS ZAJĘĆ	OBIERALNY	
JĘZYK WYKŁADOWY	POLSKI	
SEMESTR	5	
FORMA ZALICZENIA	EGZAMIN	
PUNKTY ECTS	RAZEM	5
	ZAJĘCIA KSZTAŁTUJĄCE UMIĘJĘTNOŚCI PRAKTYCZNE	4
WYMAGANIA WSTĘPNE	PODSTAWY ZARZĄDZANIA	
FORMA ZAJĘĆ	LICZBA GODZIN	PROWADZĄCY ZAJĘCIA
WYKŁADY	10	DR KATARZYNA ANDRUSZKIEWICZ
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	-	-
LABORATORIA	-	-
WARSZTATY	20	DR KATARZYNA ANDRUSZKIEWICZ
PRAKTYKA	-	-

### 3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ

3.1 CEL ZAJĘĆ	
<b>C1:</b>	Przyswojenie wiedzy i pojęć z zakresu strategii i organizacji sprzedaży.
<b>C2:</b>	Nabywanie podstawowych umiejętności wykorzystania określonych metod w planowaniu i organizowaniu pracy działu sprzedaży.
<b>C3:</b>	Wykształcenie świadomości znaczenia i roli zarządzania sprzedażą w przedsiębiorstwie.

3.2 EFEKTY UCZENIA SIĘ			Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
WIEDZA	<b>W1:</b>	Zna istotę i znaczenie strategii sprzedaży w przedsiębiorstwie.	K_W01, K_W02, K_W12
	<b>W2:</b>	Ma wiedzę o planowaniu i organizowaniu pracy działu sprzedaży i zarządzania sprzedażą.	K_W05, K_W08, K_W12
UMIEJĘTNOŚCI	<b>U1:</b>	Umie wykorzystać wiedzę teoretyczną w sposób koncepcyjny i analityczny w organizowaniu procesu sprzedaży.	K_U01
	<b>U2:</b>	Potrafi opracować i przedstawić własny projekt organizacyjny.	K_U05, K_U16
	<b>U3:</b>	Potrafi przedstawiać różne opinie i stanowiska oraz dokonywać oceny argumentów, również w debacie.	K_U05
	<b>U4:</b>	Zna wartość kapitału ludzkiego i umie wykorzystać tę wiedzę do pracy zespołowej.	K_U11
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	<b>K1:</b>	Umie uczestniczyć w różnej roli w przygotowywaniu projektów z zakresu nauk o zarządzaniu.	K_K06
	<b>K2:</b>	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	K_K07

<b>3.3 TREŚCI PROGRAMOWE</b>		<b>Odniesienie do efektów uczenia się zajęć</b>
<b>FORMA ZAJĘĆ</b>	<b>TEMAT</b>	
WYKŁAD	Pojęcie, rola i znaczenie strategii sprzedaży w przedsiębiorstwie.	W1
WYKŁAD	Informacja rynkowa w procesie tworzenia strategii sprzedaży.	W1
WYKŁAD	Proces projektowania działu sprzedaży.	W2
WYKŁAD	Zarządzanie handlem detalicznym i hurtowym.	W1
WYKŁAD	Potrzeby i proces decyzyjny klienta jako punkt wyjścia do projektowania strategii sprzedaży.	W1, W2
WYKŁAD	Łączenie działań indywidualnych w operacje zespołowe.	W2
WYKŁAD	Dopasowanie technik sprzedaży do typów konsumenta.	W2
WYKŁAD	Poszczególne etapy kontaktu z klientem.	W2
WARSZTAT	Projektowanie działu sprzedaży – case study wybranych przykładów z praktyki gospodarczej.	W2, U1, U3
WARSZTAT	Strategie wyróżniania produktów w handlu detalicznym na podstawie wybranych marek handlowych.	W2, U3
WARSZTAT	Organizacja sprzedaży w handlu online.	W2
WARSZTAT	Badanie i analiza potrzeb klienta.	U1, K1, K2
WARSZTAT	Zarządzanie sytuacją kryzysową w dziale sprzedaży.	W2, U1, U3, U4

<b>3.4 FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH I METODY KSZTAŁCENIA:</b>		<b>Odniesienie do efektów uczenia się zajęć</b>
WYKŁADY	Wykłady o charakterze aktywizującym, prezentacje multimedialne, opisy przypadków. Konwencjonalne, problemowe, o charakterze aktywizującym, dyskusja.	W1, W2
WARSZTATY	Dyskusje prowadzone w grupie, ćwiczenia. Studenci otrzymują opisy studiów przypadku oraz dopasowane do nich formularze, na których podstawie dokonują ich szczegółowej analizy. W trakcie trwania semestru, studenci indywidualnie przygotowują prezentację sprzedażową wybranego produktu, którą prezentują na forum grupy.	U1, U2, U3, K1, K2

<b>3.5 SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>		
<b>EFEKT</b>		<b>SPOSÓB WERYFIKACJI</b>
WIEDZA	<b>W1:</b>	Egzamin pisemny w trybie on-line (Platforma Moodle).
	<b>W2:</b>	Egzamin pisemny w trybie on-line (Platforma Moodle).
UMIEJĘTNOŚCI	<b>U1:</b>	Ocena merytoryczna wykonanych przez studentów zadań.
	<b>U2:</b>	Ocena merytoryczna wykonanych przez studentów zadań.
	<b>U3:</b>	Ocena merytoryczna wykonanych przez studentów zadań.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	<b>K1:</b>	Ocena na podstawie aktywności studenta w trakcie zajęć.
	<b>K2:</b>	Ocena na podstawie aktywności studenta w trakcie zajęć .

<b>3.6 LITERATURA</b>		
PODSTAWOWA:	<b>1)</b>	Przewodnik: <i>Sprzedaż i profesjonalna obsługa klienta</i> . Red. TOMASZEWICZ D. UWM. 2010.
	<b>2)</b>	STRZYŻEWSKA E. WIELGOSIK I. <i>Organizacja sprzedaży</i> . eMPI2. 2013.
UZUPEŁNIAJĄCA:	<b>3)</b>	<i>Profesjonalne techniki sprzedaży</i> . Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. 2014.

#### 4. KALKULACJA NAKŁADU PRACY STUDENTA

L. p.	Aktywność	Studia niestacjonarne
1	Udział w wykładach <b>w godzinach</b>	10
2	Udział w ćwiczeniach audytoryjnych <b>w godzinach</b>	-
3	Udział w warsztatach <b>w godzinach</b>	20
4	Udział w laboratoriach <b>w godzinach</b>	-
5	Praktyka <b>w godzinach</b>	-
6	Przygotowanie do zajęć <b>w godzinach</b>	30
7	Udział w konsultacjach <b>w godzinach</b>	5
8	Wykonanie prac zaliczeniowych <b>w godzinach</b>	28
9	Przygotowanie do egzaminu/kolokwium <b>w godzinach</b>	30
10	Obecność na egzaminie/kolokwium <b>w godzinach</b>	2
11	<i>Sumaryczne obciążenie pracą studenta w godzinach</i> $(1+2+3+4+5+6+7+8+9+10) = (13+15)$	125
12	<i>Punkty ECTS za zajęcia (14+16)</i>	5
13	Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów <b>w godzinach</b> $(1+2+3+4+7+10)$	37
14	Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów <b>w punktach ECTS</b> $((1+2+3+4+7+10) / 25)$	1,48
15	Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów <b>w godzinach</b> $(5+6+8+9)$	88
16	Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów <b>w punktach ECTS</b> $((5+6+8+9) / 25)$	3,52

**1 punkt ECTS równa się 25 godzinom pracy studenta**