**Nazwa przedmiotu:**

Dystrybucja i sprzedaż

**Koordynator przedmiotu:**

dr Bogumił Czerwiński

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

83h (3 ECTS): 15h (wykład) + 15h (projekt) + 2h (kons. grupowe) + 1h (kons. indywidualne) + 30h (opracowanie projektu) + 20h (przygotowanie do egzaminu)

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1,2 ECTS: 15h (wykład) + 15h (laboratoria) + 2h (kons. grupowe) + 1h (kons. indywidualne) = 33h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

2,3 ECTS: 15h (projekt) + 2h (kons. grupowe) + 1h (kons. indywidualne) + 30h (opracowanie projektu) + 20h (przygotowanie do egzaminu) = 68h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 15h |
| Ćwiczenia:  | 0h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 15h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student posiadał podstawową wiedzę z zakresu dystrybucji i sprzedaży oraz potrafił ją wykorzystać w praktycznym funkcjonowaniu podmiotów rynkowych.

**Treści kształcenia:**

Wykład:
Przedsiębiorstwa handlowe i usługowe we współczesnej gospodarce. Dystrybucja jako jedno z narzędzi marketingu. Dystrybucja pośrednia i bezpośrednia, kanały dystrybucji, strumienie marketingowe w kanałach dystrybucji, zarządzanie dystrybucją. Dystrybucja a sprzedaż. Projektowanie systemu dystrybucji.
Projekt:
Dystrybucja jako jedno z narzędzi marketingu. Dystrybucja pośrednia i bezpośrednia, kanały dystrybucji, strumienie marketingowe w kanałach dystrybucji, zarządzanie dystrybucją na podstawie wybranego podmiotu. Projektowanie systemu dystrybucji ma podstawie wybranego pod-miotu.

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1.Ocena formatywna:
2.Ocena sumatywna: przeprowadzenie zaliczenia pisemnego w formie testu, do zaliczenia wykładu wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
B. Laboratorium:
1. Ocena formatywna: ocena poprawności realizowanego przez studentów projektu, ocena analizy case’ów, ocena podejścia studentów do przedmiotu w trakcie zajęć
2. Ocena sumatywna: oceniany jest projekt systemu dystrybucji na przykładzie wybranego podmiotu. Ocena zawiera się w zakresie 2-5; do zaliczenia wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
C. Końcowa ocena z przedmiotu:
Przedmiot uznaje się za zaliczony jeśli zarówno ocena z projektu jak i z zaliczenia >=3; ocena z przedmiotu jest obliczana zgodnie z formułą: 0,6 \* ocena z zaliczenia + 0,4 \* ocena z projektu.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
• Cybulski K., Zarządzanie działem sprzedaży firmy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
• Spyra Z., Kanały dystrybucji: kształtowanie relacji, CeDeWu Wydawnictwa Fachowe, Warszawa 2008;
Uzupełniająca:
• Czubała A., Dystrybucja produktów, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001;
• Szumilak, J. (red.)., Handel detaliczny: funkcjonowanie i kierunki rozwoju, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004;
• Zoltners A.A., Prabhakant S., Lorimer S., Zwiększanie efektywności działu sprzedaży, Wolters Kluwer Polska SA, Warszawa 2013.

**Witryna www przedmiotu:**

www.electurer.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe