

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Marketing personalny	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.68.3.K	E.67.3.K
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok II, sem. III	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	konwersatorium	
11.	Wymagania wstępne	brak	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
		K-30	K-20
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	K: 3 ECTS	K: 3 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Wskazanie genezy i istoty marketingu personalnego. Zrozumienie przez studentów związków między marketingiem personalnym a zarządzaniem zasobami ludzkimi. Zapoznanie studentów z wybranymi modelami marketingu personalnego, ze związkami komunikacji wewnętrznej z marketingiem personalnym. Poznanie najważniejszych zasad, procedur i narzędzi marketingu personalnego. Przygotowanie projektu dotyczącego wybranych problemów marketingu personalnego.	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, ćwiczenia problemowe, metoda sytuacyjna, studium przypadku, metoda projektu, konsultacje	
16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu	Zaliczenie na podstawie oceny przygotowanego w zespole projektu oraz jego prezentacji.	

17.	Treści merytoryczne przedmiotu		<p>Geneza i istota marketingu personalnego. Marketing personalny a zarządzanie zasobami ludzkimi. Etyka pracy i humanizm jako podstawy marketingu personalnego. Funkcje i wybrane modele marketingu personalnego. Marketing personalny a wizerunek organizacji. Istota i narzędzia komunikacji wewnętrznej w marketingu personalnym. Możliwości wzmacniania kultury organizacyjnej w przedsiębiorstwie poprzez marketing personalny. Wybrane aspekty działań personalnych w zakresie pozyskiwania i oceniania pracowników. Ocena poziomu rozwoju marketingu personalnego (studia przypadków).</p>
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Wskazuje najważniejsze aspekty i istotę marketingu personalnego, omawia zasady i wybrane modele marketingu personalnego.
		Umiejętności	U01. Stosuje narzędzia marketingu personalnego, identyfikuje i analizuje podstawowe problemy marketingu personalnego. U02. Przygotowuje projekt oraz wystąpienie w zaplanowanym temacie.
		Kompetencje społeczne	K01. Stosuje zasady i normy etyczne. K02. Posiada umiejętność pracy zespołowej.
19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu		<p>Literatura podstawowa: 1. Marketing : Podręcznik europejski / Philip Kotler, Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong.- Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. 2. Marketing doświadczeń : geneza i rozwój / Katarzyna Dziewanowska, Agnieszka Kacprzak.- Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2013. 3. Portale branżowe: www.marketingprofs.com, www.marketingpower.com, www.marketing.org.pl</p> <p>Literatura uzupełniająca: 1. Gilmore A., Usługi. Marketing i zarządzanie, PWE, 2006. 2. Otto J., Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie, Wyd. C. H. Beck, 2004.</p>

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]			
	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Udział w konwersatoriach	30		20	
Samodzielne przygotowywanie się do zajęć (w tym przygotowanie projektu i wystąpienia)	35		45	
Udział w konsultacjach	10		10	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	75		75	
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,6	1,4	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego

WIEDZA				
EK-P_W01	Wskazuje najważniejsze aspekty i istotę marketingu personalnego, omawia zasady i wybrane modele marketingu personalnego.	K	projekt, prezentacja	EK-K_W17
UMIEJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	Stosuje narzędzia marketingu personalnego, identyfikuje i analizuje podstawowe problemy marketingu personalnego.	K	projekt	EK-K_U20
EK-P_U02	Przygotowuje projekt oraz wystąpienie w zaplanowanym temacie.	K	projekt	EK-K_U20
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	Stosuje zasady i normy etyczne.	K	projekt, prezentacja	EK-K_K10
EK-P_K02	Posiada umiejętność pracy zespołowej.	K	projekt, prezentacja	EK-K_K10

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Analiza rynku i konkurencji	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.69.3.C	E.68.3.C
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok II, sem. III	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	ćwiczenia	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii, zarządzania, marketingu.	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
		C-30	C-20
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	C: 3 ECTS	C: 3 ECTS

14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	<p>Przedstawienie studentom pojęć związanych z analizą rynku oraz nabycie umiejętności powiązania zdobytych wiadomości z praktyką. Cele szczegółowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nabycie wiedzy z zakresu analizy rynku i konkurencji, - doskonalenie praktycznej umiejętności studentów pozyskiwania informacji na temat rynku i konkurencji współczesnego przedsiębiorstwa, - opanowanie umiejętności przeprowadzenia metod analizy rynku, - nabycie umiejętności analizy pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa w otoczeniu, - wykształcenie praktycznej umiejętności generalizacji i uszczegóławiania wiedzy z zakresu przeprowadzania analiz rynku i konkurencji współczesnego przedsiębiorstwa. 	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, ćwiczenia problemowe, metoda sytuacyjna, studium przypadku, analiza sytuacyjna, konsultacje	
16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu	Weryfikacja efektów kształcenia w zakresie umiejętności następuje poprzez ocenę analiz sytuacyjnych.	
17.	Treści merytoryczne przedmiotu	<p>Przedmiot analizy rynku - Podstawowe kategorie ekonomiczne w obszarze rynku. Rynek jako obiekt analiz.</p> <p>Cele i procedura analizy rynku - Cele i rodzaje analiz rynku. Kryteria podziału analiz rynku. Procedura analizy rynku.</p> <p>Wtórne źródła informacji rynkowej - Pojęcie i cechy informacji wtórnych. Źródła informacji wtórnych. Ograniczenia wtórnych źródeł informacji.</p> <p>Pierwotne źródła informacji rynkowej - Pomiar źródeł pierwotnych. Metody i techniki gromadzenia informacji pierwotnych.</p> <p>Wybrane metody analizy rynku - Przyrosty absolutne. Przyrosty względne. Indeksy.</p> <p>Analiza konsumentów - Poznanie konsumentów i ich potrzeb. Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta na rynku. Typy konsumentów. Proces podejmowania decyzji zakupu. Rynek przedsiębiorstw i instytucji.</p> <p>Segmentacja rynku i wybór rynku docelowego - Pojęcie segmentacji rynku. Procedura segmentacji rynku. Kryteria segmentacji rynku konsumenta i rynku przedsiębiorstw. Warunki efektywności segmentacji. Ocena segmentów rynku. Strategie segmentacji rynku.</p> <p>Wybrane metody analizy konkurencji - Metoda „5 sił” Portera. Metoda punktowej oceny atrakcyjności sektora.</p> <p>Prezentacja raportu z badań - Układ treści raportu. Elementy składowe. Reguły opracowania. Interpretacja uzyskanych wyników, sformułowanie wniosków oraz ocena wyników badania. Ocena trafności badań. Efektywność badań.</p> <p>Etyczne aspekty badań rynku i konkurencji - Ochrona respondentów. Ochrona klientów. Ochrona firm badawczych. Ochrona zawodu badacza.</p>	
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	<p>W01. Definiuje podstawowe zagadnienia z zakresu analizy rynku.</p> <p>W02. Ma wiedzę z zakresu narzędzi analizy rynku i konkurencji stosowanych w zarządzaniu przedsiębiorstwem w zależności od uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.</p>
	Umiejętności	<p>U01. Analizuje zjawiska i procesy zachodzące na rynku w oparciu o znaną wiedzę ekonomiczną.</p> <p>U02. Potrafi sformułować wnioski wynikające z przeprowadzonych analiz oraz zaprezentować je w formie raportu.</p>	

	Kompetencje społeczne	K01. Uczestniczy w pracach zespołu projektowego pełniąc w nim różne role.
19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu	<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. G. Gierszewska, M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2009. 2. Marketing : Podręcznik europejski / Philip Kotler, Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong.- Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. 3. Strony WWW instytucji krajowych (Instytut Badania Opinii i Rynku Pentor, TNS-OBOP, CBOS). 4. Strony WWW instytucji zagranicznych / międzynarodowych (Industry Link, EUI – The Economist Intelligence Unit, EUROSTAT, CORDIS, Statistics at the OECD, ESOMAR). <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Z. Kędzior, K. Karcz, Badania marketingowe w praktyce, PWE, Warszawa 2007. 2. K. Mazurek-Łopacińska (red.), Badania marketingowe - nowe wyzwania, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2010. 3. T. Świdrak, Analiza marketingowa w przedsiębiorstwie, Promotor, Warszawa 2006. 4. Harvard Business Review, Przegląd Organizacji, Forbes, Businessman Magazine.

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]			
	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Udział w konwersatoriach	30		20	
Samodzielne przygotowywanie się do zajęć (w tym przygotowanie do zaliczenia)	35		45	
Udział w konsultacjach	10		10	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	75		75	
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,6	1,4	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	Definiuje podstawowe zagadnienia z zakresu analizy rynku.	C	analizy sytuacyjne	EK-K_W17
EK-P_W02	Ma wiedzę z zakresu narzędzi analizy rynku i konkurencji stosowanych w zarządzaniu przedsiębiorstwem w zależności od uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.	C	analizy sytuacyjne	EK-K_W17

UMIEJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	Analizuje zjawiska i procesy zachodzące na rynku w oparciu o znaną wiedzę ekonomiczną.	C	analizy sytuacyjne	EK-K_U20
EK-P_U02	Potrafi sformułować wnioski wynikające z przeprowadzonych analiz oraz zaprezentować je w formie raportu.	C	analizy sytuacyjne	EK-K_U20
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	Uczestniczy w pracach zespołu projektowego pełniąc w nim różne role.	C	analizy sytuacyjne	EK-K_K10

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Analiza satysfakcji klientów	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.70.3.K	E.69.3.K
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok II, sem. III	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	konwersatorium	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii, zarządzania, marketingu.	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne K-30	Studia niestacjonarne K-20
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	K: 3 ECTS	K: 3 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Zapoznanie z pojęciami związanymi z badaniami marketingowymi rynku oraz wypracowanie umiejętności powiązania zdobytych wiadomości z praktyką.	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, ćwiczenia problemowe, metoda sytuacyjna, studium przypadku, analiza sytuacyjna, konsultacje	

16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu		Projekt zadania badawczego i sposoby jego realizacji.
17.	Treści merytoryczne przedmiotu		Istota i cele badań marketingowych. Rola badań w procesie podejmowania decyzji. Przesłanki wzrostu znaczenia badań marketingowych. Sposoby określania użyteczności badań marketingowych. Organizacja badań marketingowych w przedsiębiorstwie. Elementy metodologii badań rynku. Uczestnicy rynku badawczego w Polsce. Błędy popełniane w trakcie badań rynku. Projektowanie badań. Budowa instrumentu pomiarowego. Metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych i wtórnych. Metody redukcji i analizy danych. Metody prezentacji i oceny wyników badania. Etyczne aspekty badań marketingowych.
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Definiuje podstawowe zagadnienia z zakresu badań marketingowych rynku, jego założenia i cele. W02. Dobiera odpowiednie metody badawcze do zjawisk rynkowych.
		Umiejętności	U01. Analizuje zjawiska i procesy zachodzące na rynku w oparciu o znaną wiedzę ekonomiczną. U02. Potrafi pozyskiwać, analizować dane dotyczące procesów rynkowych oraz projektuje proste zadania badawcze i proponuje sposoby ich realizacji.
		Kompetencje społeczne	K01. Pracuje w zespole, realizując postawione zadania i wskazuje własne propozycje w zakresie rozstrzygnięcia problemu.
19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu		Literatura podstawowa: 1. Kaczmarczyk S., 2011, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne. PWE, Warszawa. 2. Kaden R., 2008, Badania Marketingowe. PWE, Warszawa. Literatura uzupełniająca: 1. Maison D., Noga-Bogomilski A., 2007, Badania marketingowe. Od teorii do praktyki. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk. 2. Kaczmarczyk S., 2007, Zastosowanie badań marketingowych. Zarządzanie marketingowe i otoczenie przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa.

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w konwersatoriach	30	20
Samodzielne przygotowywanie się do zajęć (w tym przygotowanie do zaliczenia)	35	45
Udział w konsultacjach	10	10
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	75	75

Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,6	1,4	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	Definiuje podstawowe zagadnienia z zakresu badań marketingowych rynku, jego założenia i cele.	K	zadanie badawcze	EK-K_W17
EK-P_W02	Dobiera odpowiednie metody badawcze do zjawisk rynkowych.	K	zadanie badawcze	EK-K_W17
UMIĘJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	Analizuje zjawiska i procesy zachodzące na rynku w oparciu o znaną wiedzę ekonomiczną.	K	zadanie badawcze	EK-K_U20
EK-P_U02	Potrafi pozyskiwać, analizować dane dotyczące procesów rynkowych oraz projektuje proste zadania badawcze i proponuje sposoby ich realizacji.	K	zadanie badawcze	EK-K_U20
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	Pracuje w zespole, realizując postawione zadania i wskazuje własne propozycje w zakresie rozstrzygnięcia problemu.	K	zadanie badawcze	EK-K_K10

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Ekonomika i organizacja handlu	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.71.4.W, E.71.4.C	E.70.4.W, E.70.4.C
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok II, sem. IV	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	wykłady, ćwiczenia	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii i zarządzania	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
		W-15, C-15	W-10, C-10

13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Celem nauczania przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności przez studentów z zakresu ekonomiki i organizacji handlu. Zapoznanie się z klasyfikacją handlu, poznanie specyfiki działań handlowych w różnych sektorach i branżach. Uzgadnianie struktury rodzajowej towarów, kierowanie ruchem towarów w czasie i przestrzeni.	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, wykład, ćwiczenia audytoryjne, projekt, studium przypadku	
16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu	Ćwiczenia: zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach, rozwiązywania zadań, prezentowania projektu. Wykłady: zaliczenie pisemne w formie testu lub zadań problemowych do rozwiązania.	
17.	Treści merytoryczne przedmiotu	<p>Wykłady:</p> <p>Istota, rola i rodzaje handlu. Funkcje handlu. Systematyka obrotu towarowego.</p> <p>Specyfika i rodzaje placówek handlu hurtowego i detalicznego. Formy handlu detalicznego.</p> <p>Polityka ekonomiczna państwa i przedsiębiorstw a rozwój handlu w Polsce.</p> <p>Wybrane rynki branżowe produktów. Przebiegi towarowe oraz transport, magazyny.</p> <p>Efektywność ekonomiczna i społeczna handlu. Problemy organizacyjno-techniczne handlu.</p> <p>Problemy globalizacji handlu i ekspansji sieci handlowych.</p> <p>Ćwiczenia:</p> <p>Zorganizowane rynki towarowe (giełdy, aukcje, centra handlu hurtowego, targowiska, targi i wystawy itd).</p> <p>Charakterystyka specyfiki wybranych rynków branżowych.</p> <p>Polityka marketingowa poszczególnych ogniw w handlu.</p> <p>Logistyka i elementy łańcucha dostaw w obrocie towarowym.</p>	
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Zna istotę i rodzaje handlu. W02. Zna rodzaje placówek handlu hurtowego i detalicznego. W03. Zna podobieństwa i różnice między rynkami towarowymi.
		Umiejętności	U01. Identyfikuje problemy związane z organizacją różnych rodzajów handlu. U02. Sporządza politykę marketingową jednostki handlowej z wybranej branży. U03. Identyfikuje ogniwa łańcucha logistycznego w obrocie konkretnych towarów.
		Kompetencje społeczne	K01. Nabywa i ćwiczy umiejętności analizy i syntezy informacji z różnych rynków towarowych. K02. Nabywa i ćwiczy umiejętności analizy problemów z zakresu obrotu towarami w różnych branżach. K03. Samodzielnie podejmuje różne inicjatywy.

19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu	<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Szulce H., Chwałek J., Ciechomski W. <i>Ekonomika handlu</i>. Podręcznik. Część 1. WSiP. Warszawa, 2008. 2. Filipiak B. <i>Ekonomika przedsiębiorstwa handlowego</i>. Zarządzanie Finansy Efektywność Rozwój. CeDeWu, 2009. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stępień B. (red.) <i>Handel zagraniczny Poradnik dla praktyków</i>. PWE Warszawa, 2012. 2. Wydymus S., Głodowska A. <i>Handel międzynarodowy w dobie gospodarki opartej na wiedzy</i>. Difin, 2013.
------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]			
	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Udział w wykładach	15		10	
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	10		15	
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych	15		10	
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń i zaliczenia przedmiotu	25		33	
Udział w konsultacjach	15		12	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	80		80	
Punkty ECTS za modul/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,7	1,3	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	W01. Zna istotę i rodzaje handlu.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W02	W02. Zna rodzaje placówek handlu hurtowego i detalicznego.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W03	W03. Zna podobieństwa i różnice między rynkami towarowymi.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
UMIEJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	U01. Identyfikuje problemy związane z organizacją różnych rodzajów handlu.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U02	U02. Sporządza politykę marketingową jednostki handlowej z wybranej branży.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U03	U03. Identyfikuje ogniwa łańcucha logistycznego w obrocie konkretnych towarów.	W / C	zaliczenie pisemne, projekt, rozwiązane zadania	EK-K_U21
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	K01. Nabywa i ćwiczy umiejętności analizy i syntezy informacji z różnych rynków	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_K09

	towarowych.			
EK-P_K02	K02. Nabywa i ćwiczy umiejętności analizy problemów z zakresu obrotu towarami w różnych branżach.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_K09
EK-P_K03	K03. Samodzielnie podejmuje różne inicjatywy.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_K09

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Ekonomika i organizacja sprzedaży	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.72.4.W, E.72.4.C	E.71.4.W, E.71.4.C
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok II, sem. IV	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	wykłady, ćwiczenia	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii i zarządzania	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
		W-15, C-15	W-10, C-10
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Celem nauczania przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności przez studentów z zakresu ekonomicznych i organizacyjnych aspektów zarządzania sprzedażą. Poznanie specyfiki procesów sprzedaży, technik sprzedaży oraz metod stosowanych przy rozwiązywaniu problemów sprzedażowych w różnych typach organizacji. Cele przedmiotu jest również nabycie przez studenta umiejętności efektywnej komunikacji oraz rozwój umiejętności interpersonalnych.	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, wykład, ćwiczenia audytoryjne, projekt, studium przypadku	

16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu		Ćwiczenia: zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach, rozwiązywania zadań, prezentowania projektu. Wykłady: zaliczenie pisemne w formie testu lub zadań problemowych do rozwiązania.
17.	Treści merytoryczne przedmiotu		<p>Wykłady: Wprowadzenie do ekonomiki i organizacji sprzedaży - podstawowe, pojęcia, geneza i teorie powstania zarządzania sprzedażą. Analiza procesów sprzedaży w handlu hurtowym. Analiza procesów sprzedaży w handlu detalicznym. Marketingowe aspekty zarządzania sprzedażą w handlu detalicznym i hurtowym. Zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania funkcjonowania i tworzenia działów sprzedaży w przedsiębiorstwach, różne rozwiązania. Sprzedawca idealny. Sposoby doboru i selekcji handlowców, ustalanie zasad współpracy z handlowcami, motywowanie i szkolenie sprzedawców. Podtrzymywanie relacji z klientami. Określanie zakresu działania sprzedaży i wytyczne podziału terytorialnego i segmentowego. Tworzenie strategii i planów sprzedaży. Zastosowanie technologii informatycznych w poprawie efektywności procesów sprzedażowych oraz poprawy obsługi klienta. Zarządzanie sprzedażą na poziomie międzynarodowym.</p> <p>Ćwiczenia: Analiza procesów sprzedażowych w handlu hurtowym i detalicznym. Tworzenie strategii i planów sprzedażowych. Polityka asortymentowa. Negocjacje handlowe i efektywna komunikacja w dziale sprzedaży i pracy sprzedawcy. Nowoczesne formy pozyskiwania klientów. Modelowania elementu marketingu mix na różnych rynkach i przez przedsiębiorstwa z różnych sektorów, studium przypadku. Ekonomika i organizacja sprzedaży na poziomie międzynarodowym.</p>
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Zna podobieństwa i różnicę w prowadzenia sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych i detalicznych z uwzględnieniem specyfiki różnych sektorów (produkcyjnego, handlowego, usługowego). W02. Zna elementy marketingowe stosowane w budowaniu strategii, polityki sprzedażowej oraz relacji z klientem. W03. Zna najnowsze metody pozyskiwania klientów.
		Umiejętności	U01. Identyfikuje elementy procesu sprzedaży na poziomie handlu hurtowego i detalicznego. U02. Sporządza strategię i plan sprzedażowy. U03. Identyfikuje elementy polityki asortymentowej i ją sporządza.
		Kompetencje społeczne	K01. Nabywa i ćwiczy kompetencje interpersonalne. K02. Nabywa umiejętności negocjacyjne, niezbędne do odpowiedniego zaprezentowania konkretnego produktu, usługi. K03. Samodzielnie podejmuje różne inicjatywy.

19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu	<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sobczyk G. Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym. PWE. Warszawa, 2010. 2. Niemczyk, Jak zarządzać zespołem handlowym i przetrwać. Poradnik dla szefów sprzedaży i handlowców, Grupa Wydawnicza HELION SA, 2008. 3. Holmes Chet, Zarządzanie sprzedażą, wyd. MT Biznes, 2008. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cybulski K. Zarządzanie działem sprzedaży firmy PWN. Warszawa, 2014. 2. (Praca zbiorowa) Harvard Business Review. Strategiczne zarządzanie sprzedażą, Wyd. Helion, 2008. 3. Kozielski R. (red.), Wskaźniki marketingowe, Oficyna Wolters Kluwer Polska, Kraków 2008.
------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]			
	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Udział w wykładach	15		10	
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	10		15	
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych	15		10	
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń i zaliczenia przedmiotu	25		33	
Udział w konsultacjach	15		12	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	80		80	
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,7	1,3	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	W01. Zna podobieństwa i różnice w prowadzeniu sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych i detalicznych z uwzględnieniem specyfiki różnych sektorów (produkcyjnego, handlowego, usługowego).	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W02	W02. Zna elementy marketingowe stosowane w budowaniu strategii, polityki sprzedażowej oraz relacji z klientem.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W03	W03. Zna najnowsze metody pozyskiwania klientów.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
UMIĘJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	U01. Identyfikuje elementy procesu sprzedaży na poziomie handlu hurtowego i detalicznego.	W / C	zaliczenie pisemne projekt, rozwiązane zadania	EK-K_U21

EK-P_U02	U02. Sporządza strategię i plan sprzedażowy.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U03	U03. Identyfikuje elementy polityki asortymentowej i ją sporządza.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_U21
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	K01. Nabywa i ćwiczy kompetencje interpersonalne.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K02	K02. Nabywa umiejętności negocjacyjne, niezbędne do odpowiedniego zaprezentowania konkretnego produktu, usługi.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K03	K03. Samodzielnie podejmuje różne inicjatywy.	C	projekt, rozwiązane zadania	EK-K_K10

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Logistyka zaopatrzenia	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.73.5.W, E.73.5.C	E.72.5.W, E.72.5.C
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok III, sem. V	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	wykłady, ćwiczenia	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomiki i organizacji handlu i sprzedaży oraz zarządzania	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
13.		W: 15, C: 15	W: 10, C: 10
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Celem nauczania przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności przez studentów z zakresu logistyki zaopatrzenia. Poznanie specyfiki procesów zaopatrzenia, planowanie zapotrzebowania materiałowego oraz odpowiedni wybór dostawców. Ponadto poznanie metod pomocnych w zarządzaniu logistyką zaopatrzenia	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, wykład, ćwiczenia audytoryjne, studium przypadku, metody ABC i XYZ.	

16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu		Ćwiczenia: zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach, rozwiązywania zadań z zakresu klasyfikacji dostawców, przygotowania zamówienie, stosowania metod ABC i XYZ. Wykłady: zaliczenie pisemne w formie testu lub zadań problemowych do rozwiązania.
17.	Treści merytoryczne przedmiotu		Wykłady: Istota i zakres logistyki zaopatrzenia. Organizacja funkcji zaopatrzenia w przedsiębiorstwie. Charakterystyka procesów logistycznych. Logistyczne decyzje w sferze zaopatrzenia, analiza i wybór dostawców. Analiza kosztów logistycznych. Optymalizacja wielkości dostaw zaopatrzeniowych. Zapasy w systemie zaopatrzenia - typy zapasów w zaopatrzeniu, wyznaczniki zarządzania zapasami w zaopatrzeniu. Systemy informatyczne stosowane w logistyce zaopatrzenia. Najnowsze trendy w logistyce zaopatrzenia. Ćwiczenia: Analiza procesów logistycznych z uwzględnieniem specyfiki funkcjonowania przedsiębiorstw. Planowanie i organizowanie wielkości materiałów. Wybór dostawców. Sposoby składania zamówień i nadzór nad ich realizacją. Podział zapasów według metody ABC. Podział zapasów według metody XYZ. Analiza koncepcji Just in time.
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Zna zakres logistyki zaopatrzenia. W02. Zna metody stosowane w logistyce zaopatrzenia. W03. Zna systemy informatyczne i najnowsze trendy w obszarze logistyki zaopatrzenia.
Umiejętności		U01. Identyfikuje elementy procesu zaopatrzenia. U02. Klasyfikuje dostawców, umie przygotować i złożyć zamówienie. U03. Stosuje metody ABC i XYZ.	
Kompetencje społeczne		K01. Nabywa i ćwiczy kompetencje logiczne myślenia analizy procesów i problemów logistyki zaopatrzenia. K02. Nabywa i ćwiczy pracę w grupie oraz kompetencję interpersonalną. K03. Samodzielnie podejmuje różne inicjatywy.	
19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu		Literatura podstawowa: 1. Bendkowski J., Radziejowska G., Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie, Politechnika Śląska, Gliwice, 2011. 2. Krawczyk S., Logistyka. Teoria i praktyka, Difin, Warszawa, 2011. 3. Skowronek Cz., Sariusz-Wolski Z. Logistyka w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa, 2012. Literatura uzupełniająca: 1. Kozłowski R., Sikorski A. Nowoczesne rozwiązania w logistyce. Wydawnictwo Wolters Kluwer, 2013. 2. Wieczerzycki W. E-logistyka. Wydawnictwo PWE S.A., 2012. 3. Kowalska K. Logistyka zaopatrzenia, AE, Katowice, 2005.

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]			
	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Udział w wykładach	15		10	
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	10		15	
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych	15		10	
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń i zaliczenia przedmiotu	25		33	
Udział w konsultacjach	15		12	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	80		80	
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,7	1,3	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	W01. Zna zakres logistyki zaopatrzenia.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W02	W02. Zna metody stosowane w logistyce zaopatrzenia.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W03	W03. Zna systemy informatyczne i najnowsze trendy w obszarze logistyki zaopatrzenia.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
UMIĘJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	U01. Identyfikuje elementy procesu zaopatrzenia.	W / C	zaliczenie pisemne, rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U02	U02. Klasyfikuje dostawców, umie przygotować i złożyć zamówienie.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U03	U03. Stosuje metody ABC i XYZ.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	K01. Nabywa i ćwiczy kompetencje logiczne myślenia analizy procesów i problemów logistyki zaopatrzenia.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K02	K02. Nabywa i ćwiczy pracę w grupie oraz kompetencję interpersonalną.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K03	K03. Samodzielnie podejmuje różne inicjatywy.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Logistyka dystrybucji	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.74.6.W, E.74.6.C	E.73.6.W, E.73.6.C
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok III, sem. VI	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	
9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	wykłady, ćwiczenia	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomiki i organizacji handlu i sprzedaży oraz zarządzania	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne W-15, C-15	Studia niestacjonarne W-10, C-10
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Celem nauczania przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności przez studentów z zakresu logistyki dystrybucji. Poznanie specyfiki procesów zarządzania dystrybucją, wyboru kanałów dystrybucji, optymalizacji decyzji w obszarze transportu i magazynowania.	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, wykład, ćwiczenia audytoryjne, studium przypadku, harmonogram planu dystrybucji.	
16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu	Ćwiczenia: zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach, rozwiązywania zadań, wykonanego harmonogramu planu dystrybucji. Wykłady: zaliczenie pisemne w formie testu lub zadań problemowych do rozwiązania.	

17.	Treści merytoryczne przedmiotu		<p>Wykłady:</p> <p>Istota i zakres dystrybucji, analiza podstawowych pojęć. Rodzaje i analiza kanałów dystrybucji. Charakterystyka pośredników. Kształtowanie elementów marketingu mix w kanałach dystrybucji. Transport własny. Outsourcing w dystrybucji. Mierniki i wskaźniki efektywności dystrybucji. Współdziałanie i konflikty w kanałach dystrybucji. Współczesne kierunki rozwoju logistyki dystrybucji.</p> <p>Ćwiczenia:</p> <p>Analiza procesów logistycznych. Wybór i budowa kanałów dystrybucji. Jakość produktu a jakość procesu dystrybucji. Analiza elementów marketingu mix w kanałach dystrybucji. Tworzenie harmonogramów dostaw. Mierzenie efektywności dystrybucji. Outsourcing w dystrybucji.</p>
18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Zna fachową terminologię z zakresu logistyki dystrybucji. W02. Charakteryzuje elementy procesu dystrybucji. W03. Zna procesy wpływające na sprawność i efektywność procesu dystrybucji.
		Umiejętności	U01. Sporządza harmonogram planu dystrybucji z wykorzystaniem wskazanych kryteriów. U02. Przeprowadza analizę przebiegu prostego procesu dystrybucyjnego. U03. Analizuje sposób dystrybucji na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa.
		Kompetencje społeczne	K01. Nabywa kompetencje w zakresie planowania i organizowania dostaw produktów. K02. Nabywa i ćwiczy kompetencje logicznego myślenia, analizy procesów i problemów z obszaru logistyki dystrybucji. K03. Nabywa i ćwiczy kompetencje interpersonalne.
19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu		<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> red. K. Rutkowski Logistyka dystrybucji. Specyfika. Trendy rozwojowe. Dobre praktyki. OW SGH, Warszawa, 2005. Frankowska M., Jedliński M. Efektywność systemu dystrybucji. Wydawnictwo PWE S.A., 2011 John J. Coyle, Edward J. Bardi, C. John Langley Jr. Zarządzanie logistyczne. Warszawa, 2010. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ciesielski M. Zarządzanie łańcuchami dostaw. Wydawnictwo PWE S.A., 2011. Kozłowski R., Sikorski A. Nowoczesne rozwiązania w logistyce. Wydawnictwo Wolters Kluwer, 2013. Wieczerzycki W. E-logistyka. Wydawnictwo PWE S.A., 2012.

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w wykładach	15	10
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	10	15
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych	15	10
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń i zaliczenia przedmiotu	25	33

Udział w konsultacjach	15	12		
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	80	80		
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,7	1,3	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	W01. Zna fachową terminologię z zakresu logistyki dystrybucji.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W02	W02. Charakteryzuje elementy procesu dystrybucji.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W03	W03. Zna procesy wpływające na sprawność i efektywność procesu dystrybucji.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
UMIEJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	U01. Sporządza harmonogram planu dystrybucji z wykorzystaniem wskazanych kryteriów.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U02	U02. Przeprowadza analizę przebiegu prostego procesu dystrybucyjnego.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U03	U03. Analizuje sposób dystrybucji na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	K01. Nabywa kompetencje w zakresie planowania i organizowania dostaw produktów.	C / W	rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K02	K02. Nabywa i ćwiczy kompetencje logicznego myślenia, analizy procesów i problemów z obszaru logistyki dystrybucji.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K03	K03. Nabywa i ćwiczy kompetencje interpersonalne.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10

Lp.	Elementy składowe sylabusu	Opis	
1.	Nazwa modułu / przedmiotu	Zarządzanie jakością w handlu i sprzedaży	
2.	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot	Instytut Społeczno-Artystyczny	
3.	Kod przedmiotu	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
4.		E.75.6.W, E.75.6.C	E.74.6.W, E.74.6.C
5.	Język przedmiotu	polski	
6.	Typ przedmiotu	Przedmiot specjalnościowy	
7.	Rok studiów, semestr	rok III, sem. VI	
8.	Imię i nazwisko osoby (osób) prowadzącej przedmiot	W roku akademickim 2019/2020 przedmiot nie jest realizowany	

9.	Imię i nazwisko osoby (osób) egzaminującej bądź udzielającej zaliczenia w przypadku, gdy nie jest nim osoba prowadząca dany przedmiot	jw.	
10.	Formuła przedmiotu	wykłady, ćwiczenia	
11.	Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomiki i organizacji handlu i sprzedaży oraz zarządzania	
12.	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne W-15, C-15	Studia niestacjonarne W-10, C-10
13.	Liczba punktów ECTS przypisana modułowi / przedmiotowi	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS	W: 1 ECTS, C: 2 ECTS
14.	Założenia i cele modułu / przedmiotu	Celem nauczania przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności przez studentów z zakresu zarządzania jakością. Poznanie i diagnozowanie problemów jakościowych w różnych obszarach przedsiębiorstwa. Podejmowanie działań prewencyjnych w obszarze poprawy jakości, analiza kosztów jakości.	
15.	Metody dydaktyczne	metody podające, wykład, ćwiczenia audytoryjne, studium przypadku, dokumentacja systemu zarządzania jakością.	
16.	Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu	Ćwiczenia: zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach, rozwiązywania zadań, przygotowanej dokumentacji systemu zarządzania jakością. Wykłady: zaliczenie pisemne w formie testu lub zadań problemowych do rozwiązania.	
17.	Treści merytoryczne przedmiotu	<p>Wykłady:</p> <p>Istota i charakterystyka zarządzania jakością. TQM, Kaizen, cykl Deminga. Systemy zarządzania jakością według norm ISO serii 9000, 14000, 18000, 27000. Proces wdrażania i certyfikacji zintegrowanego systemu zarządzania jakością w przedsiębiorstwie. Metody i narzędzia doskonalenia jakości. Analiza kosztów jakości. Współczesne problemy zarządzania jakością w różnych obszarach przedsiębiorstwa.</p> <p>Ćwiczenia:</p> <p>Tworzenie systemu zarządzania jakością w przedsiębiorstwie (zasady, polityka, cele jakości). Analiza procesowa organizacji w kontekście zarządzania jakością. Mierzenie jakości procesów, analiza działań prewencyjnych. Aplikacja narzędzi i metod zarządzania jakością. Analiza kosztów jakości. Projektowanie dokumentacji systemu zarządzania jakością. Proces audytowania. Opracowanie programu i planu auditu. Opracowanie list kontrolnych.</p>	

18.	Zamierzone efekty kształcenia	Wiedza	W01. Ma wiedzę z zakresu doskonalenia jakości w organizacji. W02. Ma wiedzę z zakresu procesu wdrożenia i certyfikacji systemów zarządzania jakością. W03. Ma wiedzę z zakresu narzędzi i metod zarządzania jakością.
		Umiejętności	U01. Potrafi opracować dokumentację systemu zarządzania jakością. U02. Potrafi zastosować w praktyce metody i techniki doskonalenia jakości. U03. Potrafi zaproponować działania prewencyjne.
		Kompetencje społeczne	K01. Nabywa umiejętności diagnozy problemów jakościowych. K02. Nabywa umiejętności analitycznego i kreatywnego myślenia, potrafi zaproponować działania prewencyjne. K03. Uczestniczy w pracach zespołu projektowego pełniąc w nim różne role.
19.	Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu	<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> Hamrol A. Zarządzanie jakością z przykładami. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2008. Miller P. Systemowe zarządzanie jakością. Koncepcja systemu, ocena systemu, wspomaganie decyzji. Difin, 2011. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> Bral W. Koszty jakości w Systemie Zarządzania Jakością. Wydawnictwo Wiedza i Praktyka, 2013. Łunarski J. Zarządzanie jakością Standardy i zasady. Wydawnictwo WNT, 2012. Opolski K., Modzelewski P. Zarządzanie jakością w usługach publicznych. Wydawnictwo: CeDeWu, 2012. 	

BILANS PUNKTÓW ECTS (obciążenie pracą studenta)				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [h]			
	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Udział w wykładach	15		10	
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	10		15	
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych	15		10	
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń i zaliczenia przedmiotu	25		33	
Udział w konsultacjach	15		12	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	80		80	
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta	z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	samodzielna praca studenta
	1,7	1,3	1,2	1,8

Macierz oraz weryfikacja efektów kształcenia dla modułu (przedmiotu) w odniesieniu do form zajęć				
Numer efektu kształcenia	PRZEDMIOTOWY EFEKT KSZTAŁCENIA	Forma zajęć	Metody weryfikacji	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA				
EK-P_W01	W01. Ma wiedzę z zakresu doskonalenia jakości w organizacji.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
EK-P_W02	W02. Ma wiedzę z zakresu procesu wdrożenia i	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18

	certyfikacji systemów zarządzania jakością.			
EK-P_W03	W03. Ma wiedzę z zakresu narzędzi i metod zarządzania jakością.	W	zaliczenie pisemne	EK-K_W18
UMIĘJĘTNOŚCI				
EK-P_U01	U01. Potrafi opracować dokumentację systemu zarządzania jakością.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U02	U02. Potrafi zastosować w praktyce metody i techniki doskonalenia jakości.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
EK-P_U03	U03. Potrafi zaproponować działania prewencyjne.	C	rozwiązane zadania	EK-K_U21
KOMPETENCJE SPOŁECZNE				
EK-P_K01	K01. Nabywa umiejętności diagnozy problemów jakościowych.	C / W	rozwiązane zadania, zaliczenie pisemne	EK-K_K10
EK-P_K02	K02. Nabywa umiejętności analitycznego i kreatywnego myślenia, potrafi zaproponować działania prewencyjne.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10
EK-P_K03	K03. Uczestniczy w pracach zespołu projektowego pełniąc w nim różne role.	C	rozwiązane zadania	EK-K_K10