

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Zarządzanie sprzedażą

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie, studia II stopnia
Liczba punktów ECTS	4
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Marketing i zarządzanie sprzedażą
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	II/4
Osoba koordynująca przedmiot:	Koordinator przedmiotu
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Przedmioty z semestrów 1-3

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	14	28			14			4	6	66	4
Studia niestacjonarne	8	18			10			2	4	42	4

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)
<u>Wykład</u> / <u>Ćwiczenia</u> / <u>Warsztat</u> / <u>Projekt</u> / Laboratorium	<u>Wykład z dyskusją ukierunkowaną</u> <u>wykład z prezentacją multimedialną</u> <u>case study,</u> metoda sytuacyjna, <u>metoda projektów,</u> <u>dyskusja dydaktyczna,</u> Ćwiczenia rachunkowe Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne: zajęcia projektowe, warsztaty

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ
Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol
-----	---	---

Wiedza:		
P_W01	Posiada ogólną wiedzę teoretyczną i praktyczną dotyczącą istoty i problematyki zarządzania sprzedażą przedsiębiorstwa, a w szczególności pracą personelu sprzedażowego.	K2P_W01
P_W02	Zna ilościowe i jakościowe metody i narzędzia analizy marketingowej związane z zarządzaniem działem sprzedaży przedsiębiorstwa, odnoszące się do planowania, organizowania i kontroli pracy personelu sprzedażowego .	K2P_W14
P_W03	Dostrzega i wyjaśnia rolę sprzedawców w działalności współczesnego przedsiębiorstwa z punktu widzenia jego zadań oraz więzi z rynkiem i nabywcami.	K2P_W12
P_W04	Posiada wiedzę na temat istoty norm oraz standardów obowiązujących w pracy personelu sprzedażowego.	K2P_W11 K2P_W13
Umiejętności:		
P_U01	Posiada umiejętności stosowania wiedzy teoretycznej i praktycznej z zakresu zarządzania sprzedażą przedsiębiorstwa, a w szczególności diagnozowania i rozwiązywania problemów decyzyjnych dotyczących działań personelu sprzedażowego przedsiębiorstwa.	K2P_U01
P_U02	Jest przygotowany do realizacji podstawowych czynności związanych z zarządzaniem działem sprzedaży.	K2P_U10
P_U03	Potrafi zastosować metody i techniki marketingowe w procesach decyzyjnych związanych z kierowaniem pracą personelu sprzedażowego.	K2P_U15
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Jest przygotowany do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy i umiejętności zawodowych związanych z zarządzaniem sprzedażą przedsiębiorstwa.	K2P_K01 K2P_K02
P_K02	Jest gotowy do realizacji wyznaczonych celów przedsiębiorstwa w wymiarze rynkowym, otwarty na dialog i poszukiwanie rozwiązań problemów stanowiących istotę zarządzania sprzedażą przedsiębiorstwa.	K2P_K03 K2P_K04
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Zakres decyzji kierownika działu sprzedaży.	P_K01; P_W01; P_W03
W2	Metody określania i weryfikacji wielkości zespołu sprzedażowego.	P_K02; P_U01; P_U02; P_U03; P_W02; P_W03
W3	Prognozowanie sprzedaży.	P_K02; P_U02; P_W02
W4	Formułowanie norm sprzedażowych.	P_K02; P_U02; P_U03; P_W02; P_W03; P_W04
W5	Organizowanie zespołu sprzedażowego.	P_U01; P_U02; P_U03; P_W03
Lp.	Ćwiczenia/projekt	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Ćw1	Ocena wykorzystania czasu pracy sprzedawców.	P_U01; P_U02; P_W04
Ćw 2	Motywowanie sprzedawców.	P_K02; P_U01- U03; P_W03
Ćw 3	Analiza i kontrola efektywności działu sprzedaży.	P_K02; P_U01; P_U02; P_W02
Ćw 4	Rekrutowanie i szkolenie personelu sprzedażowego.	P_U02; P_W03

P1	Case Studies Analiza i kontrola efektywności działu sprzedaży.	P_W01-P_W04, P_U01- P_U03, P_K01-P_K02
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Wykład	Test wiedzy	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01-P_K02
Ćwiczenia	Praca pisemna. Zadanie praktyczne	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01-P_K02
Projekt	Obserwacja i ocena realizacji zadania praktycznego	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01-P_K02
WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe		
	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu, INNE	
Wykład	Pozytywnie zaliczony test wiedzy	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01-P_K02
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna i zadanie praktyczne	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01-P_K02
Projekt	Pozytywna ocena projektu, pozytywna ocena aktywności na zajęciach	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01-P_K02
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS		
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	66	42
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	42	26
1.2. Egzaminy/zaliczenia - liczba godzin	6	4
1.3. Zajęcia projektowe	14	10
1.4. Udział w konsultacjach - liczba godzin	4	2
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	34	58
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100/4	100/4
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu:		
Zarządzanie działem sprzedaży firmy Prognozowanie - organizowanie - motywowanie – kontrola, K. Cybulski, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2020		
Zarządzanie działem sprzedaży firmy, K. Cybulski, PWN, Warszawa, 2010		
Literatura uzupełniająca przedmiotu:		

Skuteczne zarządzanie sprzedażą: jak stworzyć najlepszy dział sprzedaży, G. Stewart, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1997

Nowoczesny menedżer sprzedaży, B. Tracy, F.M. Scheelen, Muza, Warszawa, 2003

Zwiększanie efektywności działu sprzedaży., A.A. Zoltners, P. Sinha, S.E. Lorimer, E-Oficyna, Kraków, 2005

Inne materiały dydaktyczne:

–