

Karta opisu zajęć - Sylabus

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

I. INFORMACJE PODSTAWOWE

Nazwa zajęć: Zarządzanie sprzedażą	Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2024/2025
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: <i>Zarządzanie II stopnia, profil praktyczny</i>	
Język wykładowy: polski i angielski	Rodzaj zajęć: <i>zajęcia kształcenia kierunkowego</i>
Rok studiów: I	Semestr: 1
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 3	Koordinator zajęć Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail: Katarzyna Kucab-Bąk, dr inż., Katarzyna.kucab-bak@pansjar.edu.pl
Jednostka organizacyjna: Wydział Ekonomii i Zarządzania	

FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN

Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:

Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:	15	Wykład:	
Ćwiczenia:		Ćwiczenia:	
Laboratorium:	30	Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki zawodowe:		Praktyki zawodowe:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	45	RAZEM:	

II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

Wymagania wstępne i dodatkowe: student posiada wiedzę z zakresu zarządzania organizacją oraz marketingu

Cel (cele) kształcenia dla zajęć: celem modułu kształcenia jest poznanie wiedzy z zakresu sprzedaży oraz form handlu, a także wykształcenie u studentów umiejętności w zakresie zarządzania podstawowymi procesami sprzedażowymi, w szczególności zastosowania odpowiednich narzędzi i technik sprzedaży

EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW

Efekty uczenia się określone dla zajęć w kategorii wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne oraz metody weryfikacji efektów uczenia się

UWAGA:

Dzielimy efekty uczenia się określone dla zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Określone dla zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą one od formy zajęć.

Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:		Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)	
Wiedzy - zna i rozumie				
ZS_W01	pojęcie i funkcje sprzedaży oraz istotę i formy handlu, a także organizację procesu sprzedaży i techniki sprzedaży		K_W06, K_W08	
Umiejętności - potrafi				
ZS_U01	organizować proces sprzedaży i zarządzać nim (dobrać odpowiednie metody i techniki sprzedaży)		K_U08, K_U11	
ZS_U02	proponować odpowiednie rozwiązania w zakresie zarządzania sprzedażą		K_U05, K_U08, K_U11	
Kompetencji społecznych - jest gotów do				
ZS_K01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności oraz ich doskonalenia w zakresie zagadnień dotyczących zarządzania procesem sprzedaży		K_K06	
UWAGA! Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne.				
TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA				
Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się *	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć #
		wykład		
TP-01	(The essence sales management). Proces sprzedaży. Rola i funkcje handlu. Modele i style sprzedaży		wykład podający z prezentacją multimedialną	zaliczenie pisemne
TP-02	Rola i znaczenie personelu sprzedaży (zakres sprzedaży osobistej, rodzaje sprzedawców; proces zarządzania personelem sprzedaży)		wykład podający z prezentacją multimedialną	zaliczenie pisemne
TP-03	Strategie sprzedaży (istota i elementy strategii sprzedaży; techniki sprzedaży analiza sytuacyjna; założenia strategii). (Sales management strategies)		wykład podający z prezentacją multimedialną	zaliczenie pisemne
		laboratorium		

TP-04	Organizacja procesu sprzedaży (wybór rodzajów sprzedawców; organizacja działu sprzedaży; techniki sprzedaży, określanie liczebności i dobór personelu, wynagrodzenie)		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-05	Efektywna i profesjonalna obsługa klienta, Badanie efektywności sprzedaży		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-06	Skuteczne poszukiwanie i wybór kluczowych klientów. Negocjacje handlowe i kontakt z kluczowymi klientami.		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-07	Telemarketing jako nowoczesna forma pozyskiwania klientów		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-08	Opracowywanie strategii sprzedaży (również na przykładzie przedsiębiorstw turystycznych w obszarze Euregionu Karpackiego)		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	aktywność, ocena zadania projektowego

Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.

Dla wykładu:

* np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy

np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt

Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć.

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):

1. G. Sobczyk: Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym, PWE, 2010.
2. B. Tracy, Zarządzanie sprzedażą, MT Business, Warszawa 2020.
3. R. Grzybek, Sprzedaż osobista i zarządzanie zespołem sprzedaży, Onepress, Gliwice 2015.

Literatura uzupełniająca:

1. C. Holmes, Zarządzanie sprzedażą. Praktyki najlepszych, najsukuteczniejsze metody sprzedaży i budowania więzi z klientami; Wyd. MT Biznes, 2008.
2. J. Jordan, Przełom w zarządzaniu sprzedażą. Sekrety skutecznego zarządzania sprzedażą, Harvard Business School Press, 2014.
3. Strategia edukacji turystycznej marki Carpathia, Synergia, Lublin 2023,
4. Pomiędzy Fiordami a Karpatami – Platforma wymiany doświadczeń z zakresu edukacji turystycznej, Raport z analizy sytuacji wyjściowej (opracowanie zbiorowe), Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji (frse), Iceland, Liechtenstein, Narway grants, PWSTE w Jarosławiu, Euroregion Karpacki Polska, 2023 r.

III. INFORMACJE DODATKOWE

BILANS PUNKTÓW ECTS

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)

Forma aktywności		Liczba godzin *	
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia		45	
Praca własna studenta		30	
SUMA GODZIN:		75	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)			
		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPIŚNANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 3	1,8
	Praca własna studenta		1,2
* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;			
OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:			
Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej. Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ przygotowanie do zaliczenia z wykładów (ZS_W01) ▪ przygotowanie do ćwiczeń, case study, zadania projektowego oraz do kolokwii (ZS_U01, ZS_U02, ZS_K01) 			
KRYTERIA OCENIANIA			
Ocena kształtująca: wykład – dyskusja laboratorium – obserwacja realizacji zadań (studium przypadku, ćwiczeń oraz zadań cząstkowych związanych z realizacją zadania projektowego)			
Ocena podsumowująca: wykład – pisemne zaliczenie laboratorium – sprawdzenie poprawności wykonania zadań cząstkowych (ocena studium przypadku, analiza i ocena ćwiczeń, zadania projektowego oraz ocena kolokwii)			
INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ			
Zajęcia są przygotowywane do kształcenia na odległość			