



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie Specjalność: zarządzanie w handlu i usługach Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil ogólnoakademicki Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAZHUS.PL10D.0909.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	Znajomość podstaw zarządzania, zasad marketingu, wiedza o organizacjach	
Przedmioty wprowadzające	Podstawy zarządzania, Nauka o organizacji, Marketing	
Koordinator	Anna Murawska	
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 30 Ćwiczenia audytoryjne: 30	Liczba punktów ECTS 8.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat ekonomiki i organizacji przedsiębiorstwa handlowego i zarządzania nim.	ZA_O1_K_W03	P6S_WG
W2	Rozpoznaje typy jednostek handlowych, definiuje i wymienia zagadnienia związane z zakupem i sprzedażą towarów oraz zarządzaniem zapasami, rozpoznaje elementy otoczenia przedsiębiorstw handlowych.	ZA_O1_K_W15, ZA_O1_K_W18	P6S_WG, P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Potrafi określić na czym polega zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym, rozpoznaje otoczenie przedsiębiorstw usługowych.	ZA_O1_K_U03, ZA_O1_K_U19	P6S_UO, P6S_UK
U2	Proponuje strategiczne planowanie asortymentu oraz przedstawia rozwiązania w zakresie zakupu i sprzedaży towarów, zarządzania zapasami, zasobami i finansami w przedsiębiorstwie.	ZA_O1_K_U03, ZA_O1_K_U20	P6S_UO, P6S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Jest gotów do stosowania odpowiednich koncepcji podczas zarządzania przedsiębiorstwem handlowym, jest otwarty na potrzeby klientów, postrzega relacje i współpracuje z otoczeniem zadaniowym przedsiębiorstw handlowych	ZA_O1_K_K08	P6S_KO

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Podstawy metodyczne ekonomiki przedsiębiorstwa handlowego i zarządzania nim 2. Charakterystyka przedsiębiorstwa handlowego 3. Otoczenie przedsiębiorstwa handlowego 4. Typologia przedsiębiorstw handlowych 5. Kryteria podziału przedsiębiorstw handlowych 6. Typy jednostek handlu hurtowego 7. Typy jednostek handlu detalicznego 8. Polityka asortymentowa w przedsiębiorstwie handlowym 9. Planowanie strategiczne asortymentu 10. Istota procesu zarządzania przedsiębiorstwem handlowym 11. Istota procesu zarządzania przedsiębiorstwem handlowym c.d. 12. Zarządzanie finansami i analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie handlowym 13. Franchising 14. Merchandising 15. Podsumowanie wykładów.	Wykład	W1, W2, U1, U2, K1

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	1. Zajęcia organizacyjne. Zarządzanie zasobami w przedsiębiorstwie handlowym – wprowadzenie teoretyczne. 2. Zarządzanie zasobami w przedsiębiorstwie handlowym – wprowadzenie teoretyczne, rozwiązywanie zadań, praca w grupach. 3. Zakup towarów- wprowadzenie teoretyczne. 4. Zakup towarów- wprowadzenie teoretyczne oraz rozwiązywanie zadań, praca w grupach. 5. Zarządzanie zapasami – wprowadzenie teoretyczne. 6. Zarządzanie zapasami – wprowadzenie teoretyczne oraz rozwiązywanie zadań, praca w grupach. 7. Sprzedaż towarów – wprowadzenie teoretyczne. 8. Sprzedaż towarów – wprowadzenie teoretyczne oraz rozwiązywanie zadań, praca w grupach. 9. Kolokwium zaliczeniowe 10. 11. 12. 13. 14. Prezentacje referatów na podany przez nauczyciela temat. 15. Podsumowanie zakresu ćwiczeń audytoryjnych.	Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1, U2, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć			
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:		
	Wykład, Dyskusja, Case study		
	Metody (sposoby) weryfikacji:		Udział:
	Egzamin pisemny		100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:		
	Zaliczenie wykładu: egzamin pisemny (10 pytań opisowych) (100% oceny)		

Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:		
	Wykład, Dyskusja, Case study, Praca w grupie		
	Metody (sposoby) weryfikacji:		Udział:
	Zaliczenie pisemne		60%
	Zaliczenie ustne		10%
	Prezentacja		30%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:		
	1. Zaliczenie pisemne - pisemne kolokwium końcowe z ćwiczeń audytoryjnych - 10 pytań opisowych (60% składowych oceny końcowej). 2. Zaliczenie ustne - aktywność, udział w dyskusjach, rozwiązywanie zadań (10% składowych oceny końcowej). 3. Prezentacja - opracowanie i prezentacja podczas zajęć referatu na podany przez nauczyciela temat; kryteria oceny: wartość merytoryczna opracowania, sposób wystąpienia, jakość opracowania, rzetelność, aktualność materiału, przykłady praktyczne, źródła, czas prezentowania (30% składowych oceny).		
	Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest pozytywna ocena z kolokwium zaliczeniowego z ćwiczeń, student ma prawo do dwóch kolokwium poprawkowych. Prezentacja referatów będzie się odbywać od drugiej połowy zajęć. Przykładowe tematy prezentacji: Rozwój i uwarunkowania sieci dyskontowych na świecie i w Polsce Marki własne - tendencje rozwoju, uwarunkowania, przykłady Marki handlowe obecne na polskim rynku Hipermarkety - poszukiwanie nowej formuły sklepu Uwarunkowania rozwoju wielkopowierzchniowych sklepów specjalistycznych w Polsce IKEA - globalna sieć sklepów (studium przypadku) Centra handlowe nowej generacji - strategię zarządzania dużymi projektami inwestycyjnymi Strategie oparte na bliskości sieci wobec klienta Sprzedaż bezpośrednia. Przykłady firm realizujących sprzedaż osobistą w Polsce i na świecie Handel międzynarodowy, zagraniczny - formy, uwarunkowania, cechy Zastosowanie technologii elektronicznych w handlu i usługach Strategia komunikacji z rynkiem i wizerunek punktu sprzedaży Największe firmy (marki) odzieżowe Polski i świata Wykorzystanie badań marketingowych w decyzjach rynkowych przedsiębiorstw handlowych Rozwój sieci sklepów Dino na polskim rynku (studium przypadku) Rozwój sieci sklepów Żabka na polskim rynku (studium przypadku)		

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji			
	Egzamin pisemny	Zaliczenie pisemne	Zaliczenie ustne	Prezentacja
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
K1	x	x	x	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Sobczyk G. (red.), 2010. Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym. PWE, Warszawa.
2. Jobber D., Lancaster G., 2009. Selling and Sales Management, 8th edition, FT Prentice Hall, Financial Times, England, London,
http://103.62.146.201:8081/jspui/bitstream/1/5437/1/david_jobber_geoffrey_lancaster_selling_and_sales_management_2009_%281%29.pdf (dostęp 8.12.2023).
3. Rynek wewnętrzny w 2022 roku (oraz publikacje archiwalne i w kolejnych latach), GUS, Warszawa,
<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/handel/rynek-wewnetrzny-w-2022-roku,7,29.html> (dostęp 8.12.2023).

Literatura uzupełniająca

1. Tracy B., 2016. Zarządzanie sprzedażą. MT Biznes, Warszawa.
2. Domański T., 2005. Strategie rozwoju handlu, PWE, Warszawa.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	30
	Ćwiczenia audytoryjne	30
Praca własna studenta	Konsultacje	10
	Przygotowanie do zajęć	40
	Studiowanie literatury	30
	Przygotowanie prezentacji multimedialnej	30
	Przygotowanie do zaliczenia	20
	Przygotowanie do egzaminu	20
Łączny nakład pracy studenta		210
Liczba punktów ECTS		8

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut