



OPIS PRZEDMIOTU

KIERUNEK	Zarządzanie
SPECJALNOŚĆ	Zarządzanie przedsiębiorstwem
TRYB STUDIÓW	Stacjonarny / Niestacjonarny
SEMESTR	5

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie	
Wymiar godzinowy poszczególnych form zajęć	Studia stacjonarne – 30 Studia niestacjonarne – 18	
• wykłady	Studia stacjonarne – 10 Studia niestacjonarne – 8	
• ćwiczenia/lektorat	Studia stacjonarne – 20 Studia niestacjonarne – 10	

Cele kształcenia:	– przedstawienie zagadnień dotyczących zarządzania sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie, – zapoznanie studentów z praktycznym wymiarem i zastosowaniem zagadnień z zakresu zarządzania sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie. – zaznajomienie studentów z metodami wyceny przedsiębiorstw i marki.
-------------------	---

Efekty kształcenia dla przedmiotu			
Numer	Efekty kształcenia, student/ka, który/a zaliczył/a przedmiot, potrafi:	Odniesienie efektów kształcenia dla programu	Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru
EK_W01	istotę i cele działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością w nim.	K_W12	P6S_WK
EK_W02	przedstawić różne kanały dystrybucji dóbr i usług, omówić zagadnienia z zakresu zarządzania sprzedażą w przedsiębiorstwie.	K_W08	P6S_WG
EK_U03	dokonać wyceny przedsiębiorstwa w oparciu o różne metody oraz uzasadnić wybór określonej metody wyceny w danych warunkach.	K_U03	P6S_UW
EK_U04	ocenić wpływ inwestycji na wartość przedsiębiorstwa, dokonać oceny efektywności inwestycji na podstawie wybranych wskaźników.	K_U05	P6S_UW
EK_U05	potrafi wykorzystać pozyskaną wiedzę na temat zarządzania sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie dla wyjaśnienia przyczyn i przebiegu zmian zachodzących w otoczeniu przedsiębiorstwa i mających wpływ na niego.	K_U07	P6S_UW
EK_K06	zna zasady i warunki aktywnego uczestniczenia w pracy grupowej oraz organizowania i kierowania niewielką grupą, potrafi tę wiedzę oraz umiejętność wykorzystać we współdziałaniu z grupą.	K_K04	P6S_KO
EK_K07	potrafi odpowiednio określić priorytety służące	K_K05	P6S_KO

	realizacji projektu zespołowego dotyczącego strategii wprowadzania nowego produktu na rynek.	
--	--	--

Numer treści	Treści kształcenia / programowe	Odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
	Wykłady	
T_01	Wprowadzenie do zarządzania sprzedażą i wartością w przedsiębiorstwie. Istota i cele działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością.	EK_W01 EK_K05
T_02	Wycena przedsiębiorstwa – przesłanki wyceny, metody wyceny: majątkowe, dochodowe, mieszane, zalety i wady poszczególnych rozwiązań, marka jako źródło wartości przedsiębiorstwa.	EK_W01 EK_U03
T_03	Ocena wpływu inwestycji na wartość przedsiębiorstwa – znaczenie inwestycji w przedsiębiorstwie, rodzaje inwestycji, schemat oceny efektywności inwestycji.	EK_U04 EK_K05
T_04	Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie.	EK_W01 EK_U04 EK_K05
	Ćwiczenia	
T_05	Istota i cele działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością – studia przypadków.	EK_W01 EK_K05
T_06	Wycena przedsiębiorstwa – praktyczne zastosowanie.	EK_U03 EK_K05 EK_U06 EK_U07
T_07	Analiza i ocena efektywności inwestycji na podstawie wybranych wskaźników – praktyczne zastosowanie.	EK_U04
T_08	Marka jako źródło wartości przedsiębiorstwa – studia przypadków.	EK_W01 EK_K05
T_09	Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie – ujęcie praktyczne.	EK_W01 EK_W02 EK_U06 EK_U07

Metody i formy prowadzenia zajęć	Treści kształcenia i programowe
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	T_01, T_02, T_03, T_04
Wykład konwersatoryjny	T_01, T_02, T_03, T_04
Wykład problemowy	T_01, T_02, T_03, T_04
Wykład informacyjny	T_01, T_02, T_03, T_04
Dyskusja	T_01, T_02, T_03, T_04
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	T_05, T_07, T_08, T_09
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	T_06
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Inne (jakie?) - ...	

...	
-----	--

Kryteria oceny w odniesieniu do poszczególnych efektów kształcenia				
Efekt kształcenia	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
EK_W01	Student/ka nie potrafi zdefiniować istoty i celów działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością w nim.	Student/ka potrafi w ograniczonym stopniu zdefiniować istotę i cele działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością w nim.	Student/ka dobrze potrafi zdefiniować istotę i cele działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością w nim.	Student/ka bardzo dobrze i w wyczerpujący sposób potrafi zdefiniować istotę i cele działalności przedsiębiorstw w kontekście zarządzania sprzedażą i wartością w nim.
EK_W02	Student/ka nie potrafi przedstawić kanałów dystrybucji dóbr i usług, ani omówić zagadnień z zakresu zarządzania sprzedażą.	Student/ka potrafi częściowo przedstawić kanały dystrybucji dóbr i usług oraz omówić zagadnienia z zakresu zarządzania sprzedażą.	Student/ka potrafi dobrze przedstawić kanały dystrybucji dóbr i usług oraz omówić zagadnienia z zakresu zarządzania sprzedażą.	Student/ka znakomicie potrafi przedstawić kanały dystrybucji dóbr i usług oraz omówić zagadnienia z zakresu zarządzania sprzedażą.
EK_U03	Student/ka nie potrafi dokonać wyceny przedsiębiorstwa w oparciu o żadną z metod, ani tym bardziej uzasadnić wyboru określonej metody wyceny w danych warunkach.	Student/ka potrafi nie w pełni samodzielnie dokonać wyceny przedsiębiorstwa w oparciu o niektóre metody oraz częściowo uzasadnić wybór określonej metody wyceny w danych warunkach.	Student/ka potrafi samodzielnie dokonać wyceny przedsiębiorstwa w oparciu o różne metody oraz uzasadnić wybór określonej metody wyceny w danych warunkach.	Student/ka potrafi samodzielnie dokonać wyceny przedsiębiorstwa w oparciu o wszystkie poznane metody oraz wyczerpująco uzasadnić wybór określonej metody wyceny w danych warunkach.
EK_U04	Student/ka nie potrafi ocenić wpływu inwestycji na wartość przedsiębiorstwa, ani dokonać oceny efektywności inwestycji.	Student/ka potrafi w ograniczonym stopniu ocenić wpływ inwestycji na wartość przedsiębiorstwa i dokonać oceny efektywności inwestycji na podstawie wybranych wskaźników.	Student/ka potrafi ocenić wpływ inwestycji na wartość przedsiębiorstwa, a także dokonać oceny efektywności inwestycji na podstawie wybranych wskaźników.	Student/ka bardzo dobrze potrafi ocenić wpływ inwestycji na wartość przedsiębiorstwa, a także dokonać kompletnej oceny efektywności inwestycji na podstawie poznanych wskaźników.
EK_U05	Student/ka w ogóle nie potrafi wyjaśnić przyczyn i przebiegu zmian zachodzących w otoczeniu przedsiębiorstwa i mających wpływ na niego.	Student/ka w dostatecznym stopniu potrafi wykorzystać pozyskaną wiedzę na temat zarządzania sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie dla wyjaśnienia przyczyn i przebiegu zmian	Student/ka dobrze potrafi wykorzystać pozyskaną wiedzę na temat zarządzania sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie dla wyjaśnienia przyczyn i przebiegu zmian zachodzących w otoczeniu	Student/ka w najwyższym stopniu potrafi wykorzystać pozyskaną wiedzę na temat zarządzania sprzedażą i wartością w średnim przedsiębiorstwie dla pełnego wyjaśnienia przyczyn i przebiegu zmian zachodzących w otoczeniu

		zachodzących w otoczeniu przedsiębiorstwa i mających wpływ na niego.	przedsiębiorstwa i mających wpływ na niego.	przedsiębiorstwa i mających wpływ na niego.
EK_K06	Student nie zna zasad i warunków efektywnej współpracy w zespole w celu przygotowania wspólnego projektu.	Student w dostatecznym stopniu zna zasady i warunki efektywnej współpracy w zespole w celu przygotowania wspólnego projektu.	Student dobrze zna zasady i warunki efektywnej współpracy w zespole w celu przygotowania wspólnego projektu.	Student bardzo dobrze zna zasady i warunki efektywnej współpracy w zespole w celu przygotowania wspólnego projektu.
EK_K07	Student nie potrafi zdefiniować priorytetów służących realizacji projektu zespołowego dotyczącego strategii wprowadzania nowego produktu na rynek.	Student na dostatecznym poziomie potrafi zdefiniować priorytety służące realizacji projektu zespołowego dotyczącego strategii wprowadzania nowego produktu na rynek.	Student na dobrym poziomie potrafi zdefiniować priorytety służące realizacji projektu zespołowego dotyczącego strategii wprowadzania nowego produktu na rynek.	Student na bardzo dobrym poziomie potrafi zdefiniować priorytety służące realizacji projektu zespołowego dotyczącego strategii wprowadzania nowego produktu na rynek.

Weryfikacja efektów kształcenia	Symbole EK dla modułu zajęć/przedmiotu						
	W0 1	W0 2	U0 3	U0 4	U0 5	K0 6	K0 7
Egzamin pisemny							
Egzamin ustny							
Zaliczenie pisemne	X	X	X	X	X	X	X
Zaliczenie ustne							
Kolokwium pisemne							
Kolokwium ustne	X	X	X	X	X	X	X
Test							
Projekt							
Praca pisemna							
Raport							
Prezentacja multimedialna							
Praca podczas ćwiczeń	X	X	X	X	X	X	X
Inne (jakie?)							

Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta	Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	10	8
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	20	10
3. Konsultacje z nauczycielem	-	-
Razem 1+2+3	30	18
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)	—	—
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)	20	32

Razem 4+5	20	32
SUMA 1+2+3+4+5	50	50
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów	2	

Literatura podstawowa	– Borowiecki R., Jaki A., Kaczmarek J. Metody i procedury wyceny przedsiębiorstw i ich majątku, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998. – Duraj J., Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania, Wydawnictwo Naukowe „Novum”, Płock 2000. – Griffin R.W., 2006 (lub inne wydania), Podstawy zarządzania organizacjami, PWN. – Herman A., Antoszkiewicz J., Zarządzanie wartością firmy, Poltex, Warszawa 1999. – Jaki A., Wycena przedsiębiorstw przesłanki, procedury, metody, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004. – Simpkins R.A.(2006). Sztuka zarządzania sprzedażą. Serie wydawnicze: Exclusive. – Siudak M., Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001. – Szumilak J.(red)(2005). Strategie rozwoju handlu, PWE, Warszawa. – Wycena i zarządzanie wartością firmy, Praca zbior. pod. red. A. Szablewskiego, R. Tuzimka, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2008. – Stoner J.A.F., Freeman R.E., Gilbert D.R., 2011 (lub inne wydania), Kierowanie, PWE.
Literatura uzupełniająca	– Holmes C. Zarządzanie sprzedażą. Praktyki najlepszych. Wyd. MT Biznes, 2008. – Dowżycki A., Sobolewski H., Tłuchowski W., Restrukturyzacja, prywatyzacja i wycena przedsiębiorstw, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2004. – Nogalski B., Zalewski H., Kapitał i wartość w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu, Gdynia 1998. – Ostaszewski J., Analiza finansowa i wycena firmy EWG, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1994.