



Sylabus przedmiotu - część A Zarządzanie cenami i dystrybucją

12S20-ZCID
ECTS: 1.36
CYKL: 2022L

TREŚCI MERYTORYCZNE

WYKŁAD

Cena jako instrument konkurencyjności (ujęcie ekonomiczne i menedżerskie). Mechanizm i metody ustalania cen. Strategie cenowe w systemie B2C. Różnicowanie cen i polityka cenowa w handlu. Prognozowanie sprzedaży dla potrzeb strategii dystrybucyjno-cenowej. Marketingowo-logistyczne ujęcie systemu dystrybucji. Strategia obsługi klienta. Satisfakcja klienta.

ĆWICZENIA

Szacowanie indeksów dynamiki. Kalkulacja ceny w oparciu o metody kosztowe. Metody konkurencyjne i popytowe wyznaczania ceny. Wykorzystanie modeli regresji w prognozowaniu sprzedaży. Mierzenie efektywności dystrybucji. Wyznaczanie strategicznych odbiorców w systemie dystrybucji - krzywa Lorenza i metoda ABC. Pomiar satysfakcji klienta i luk w jego obsłudze.

CEL KSZTAŁCENIA

Celem realizowanego przedmiotu jest pogłębione poznanie i analiza problematyki zarządzania cenami i dystrybucją. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na znaczeniu ceny w konkurencji i istocie zarządzania cenami w ujęciu procesowym, sposobach ich wyznaczania, odmienności zarządzania cenami przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych, procesach biznesowych zachodzących w sferze dystrybucji fizycznej, polityce obsługi klienta oraz efektywności systemu dystrybucji.

OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO OPISU CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KWALIFIKACJI NA POZIOMACH 6-8 POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI W ODNIESIENIU DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH I EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

Symbole efektów dyscyplinowych:

S/NZJA_P7S_UW++, S/NZJA_P7S_WK++,
S/NZJA_P7S_UU+, S/NZJA_P7S_KO+,
S/NZJA_P7S_WG+

Symbole efektów kierunkowych:

KP7_UU1+, KP7_WK6++, KP7_KO3+,
KP7_WG4+, KP7_UW6+, KP7_UW2+

EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Wiedza:

W1 - Student posiada pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania cenami i procesami dystrybucyjnymi.

W2 - Student zna i rozumie kluczowe pojęcia i mechanizmy ekonomiczne kształtowania cen i polityki dystrybucji na poziomie mikroekonomii.

Umiejętności:

U1 - Student potrafi wykorzystywać właściwe narzędzia ekonomiczne do rozwiązywania problemów menedżerskich dotyczących instrumentów

Akty prawne określające efekty uczenia się:

684/2020

Dyscypliny: ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości

Status przedmiotu:

Obligatoryjny

Grupa przedmiotów:

C - przedmioty specjalnościowe/związane z zakresem kształcenia

Kod: ISCED

Kierunek studiów:

Zarządzanie

Zakres kształcenia:

Marketing i zarządzanie produktem

Profil kształcenia:

Ogólnoakademicki

Forma studiów:

Stacjonarne

Poziom studiów:

Drugiego stopnia

Rok/semestr:

2/4

Rodzaj zajęć:

Wykład,

Ćwiczenia

Liczba godzin w semestrze:

Wykład: 15.00,

Ćwiczenia: 15.00

Język wykładowy:

polski

Przedmioty wprowadzające:

Zarządzanie, Marketing,

Mikroekonomia

Wymagania wstępne:

Wiedza z zakresu zarządzania strategicznego i marketingowego przedsiębiorstwem oraz podejmowania decyzji menedżerskich.

Nazwa jednostki org.

realizującej przedmiot:

Instytut Nauk o Zarządzaniu i Jakości

Osoba odpowiedzialna za realizację przedmiotu:

dr hab. Wojciech Kozłowski, prof. UWM

e-mail:

wojciech.kozlowski@uwm.edu.pl

Uwagi dodatkowe:

marketingowych.

U2 – Student potrafi analizować i ocenić determinanty polityki cenowej i dystrybucyjnej podmiotu gospodarczego.

Kompetencje społeczne:

K1 – Student jest gotów do wykorzystania wiedzy z zakresu polityki cenowo-dystrybucyjnej w konkurencji rynkowej.

FORMY I METODY DYDAKTYCZNE:

Wykład(W1;W2;K1;):Wykład z prezentacją multimedialną.

Ćwiczenia(U1;U2;):Zadania komputerowe. Studia przypadków. Dyskusja.

Praca indywidualna.

FORMA I WARUNKI WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

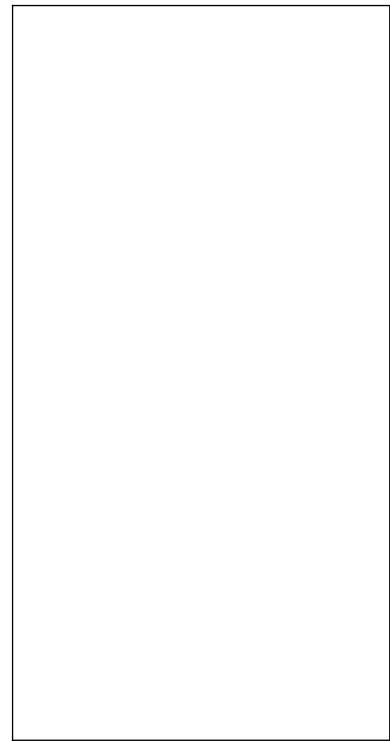
Wykład: Kolokwium pisemne - Test zawierający pytania jednokrotnego wyboru. (W1;W2;U1;U2;K1;);

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Heiko van Eckert, *Sprzedaż i dystrybucja*, Wyd. EDU, R. 2011

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. Tłuczak A., Knauf S., *Logistyczna obsługa klienta*, Wyd. PWE, R. 2018



Szczegółowy opis przyznanej punktacji ECTS - część B

12S20-ZCID
ECTS: 1.36
CYKL: 2022L

Zarządzanie cenami i dystrybucją

Na przyznaną liczbę punktów ECTS składają się:

1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:

- udział w: Wykład	15.0 h
- udział w: Ćwiczenia	15.0 h
- konsultacje	4.0 h
OGÓŁEM:	34.0 h

2. Samodzielna praca studenta:

	OGÓŁEM: 0 h
godziny kontaktowe + samodzielna praca studenta	OGÓŁEM: 34.0 h

1 punkt ECTS = 25-30 h pracy przeciętnego studenta,
liczba punktów ECTS= 34.0 h : 25.0 h/ECTS = 1.36 ECTS

Średnio: **2.5 ECTS**

- w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	1.36 punktów ECTS
- w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy studenta	1.14 punktów ECTS