

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie sprzedażą, PG_00200106						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Handlu Zagranicznego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Anna Sperska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	10.0	12.0	0.0	16.0	0.0	38
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	38		0.0		62.0	100
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów ze strategiczną rolą sprzedaży w przedsiębiorstwie międzynarodowym. Przedstawienie funkcjonowania działu sprzedaży, praktyki oraz zasad mających wpływ na właściwe zarządzanie sprzedażą. Przekazanie wiedzy w zakresie matematyki handlowej, tworzenia skutecznych i efektywnych strategii sprzedaży w tym w szczególności w odniesieniu do polityki cenowo-rabatowej. Kształtowanie umiejętności skutecznego zarządzania sprzedażą. Wykorzystanie wiedzy teoretycznej w kształtowaniu umiejętności podejmowania decyzji dotyczących budowania działów sprzedaży.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_W03] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym, międzynarodowym i globalnym	Zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości w obszarze handlu, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym, międzynarodowym i globalnym	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_U12] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_U05] potrafi posługiwać się regułami i standardami dotyczącymi działalności gospodarczej w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów wynikających z międzynarodowej współpracy gospodarczej	potrafi posługiwać się regułami i standardami dotyczącymi zarządzania sprzedażą w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów wynikających z międzynarodowej współpracy gospodarczej W ramach wykładu student wykazuje gotowość do korzystania z konsultacji w celu pogłębienia wiedzy i przygotowania do egzaminu	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_K04] wykazuje gotowość do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, ocenia ryzyko i zagrożenia oraz znajduje sposoby przeciwdziałania ich skutkom	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, ocenia ryzyko i zagrożenia oraz znajduje sposoby przeciwdziałania ich skutkom	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_U04] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z zarządzaniem sprzedażą na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_U07] potrafi zaplanować transakcję handlową na rynku międzynarodowym i kierować jej realizacją, prowadzi skuteczne negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia przebieg transakcji	potrafi zaplanować transakcję handlową na rynku międzynarodowym i kierować jej realizacją, prowadzi skuteczne negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia przebieg transakcji W ramach wykładu student wykazuje gotowość do korzystania z konsultacji w celu pogłębienia wiedzy i przygotowania do egzaminu	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_W11] ma podbudowaną teoretycznie wiedzę na temat kluczowych zagadnień z zakresu zarządzania podmiotem gospodarczym na rynku krajowym i międzynarodowym oraz wybranych szczegółowych zagadnień dotyczących międzynarodowego łańcucha dostaw	ma podbudowaną teoretycznie, pogłębioną wiedzę na temat kluczowych zagadnień z zakresu zarządzania sprzedażą na rynku krajowym i międzynarodowym oraz wybranych szczegółowych zagadnień dotyczących międzynarodowego łańcucha dostaw w części powiązanej z zagadnieniami sprzedaży	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
		[MSGMU2_W09] dysponuje wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w jego strukturach mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym	Dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą funkcjonowania sprzedaży w przedsiębiorstwie w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w obszarze sprzedaży mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym
Treści przedmiotu	<p>1. Strategiczna rola zarządzania sprzedażą. Strategia sprzedaży. Podstawowe czynniki determinujące skuteczność i efektywność w sprzedaży.</p> <p>2. Analiza rynku i szacowanie popytu. Metody dotarcia do klientów i pozyskiwania klientów.</p> <p>3. Struktura i kanały sprzedaży. Budowanie działów sprzedaży w oparciu o strategię sprzedaży. Proces sprzedaży.</p> <p>4. Podstawy matematyki handlowej. Podstawowe zagadnienia w obszarze zarządzania marżą.</p> <p>5. Polityka cenowo-rabatowa. Zastosowanie rabatów i bonusów. Zastosowanie elastyczności cenowej popytu w procesie kształtowania ceny.</p> <p>6. Planowanie, prognozowanie, budżetowanie w działach sprzedaży.</p> <p>7. Budowanie relacji z nabywcami. Jakość obsługi klienta.</p> <p>8. Komunikacja menedżerska w zespole sprzedaży. Motywowanie. Systemy premiowe i prowizyjne stosowane w zespołach handlowych. Wypalenie zawodowe i inne problemy występujące w działach sprzedaży</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Egzamin pisemny	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Sobczyk G., Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym, PWE, Warszawa, 2010. Cespedes Frank V., Jak tworzyć i wdrażać wygrywającą strategię sprzedaży? ICAN Institute, 2017.	
	Uzupełniająca lista lektur	Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, GWP, Sopot, 2016. Grzybek R., Sprzedaż osobista i zarządzanie zespołem sprzedaży, Helion, , 2015. Jordan J., Vazzana M., Przełom w zarządzaniu sprzedażą, ICAN Institute, , 2014. Czuba Tomasz, Sperska Anna, Satysfakcja klienta a lojalność i jej pomiar drogą elektroniczną - praktyka rynkowa W: Badania marketingowe w gospodarce cyfrowej / Mazurek-Łopacińska Krystyna, Sobocińska Magdalena (red.), 2020, Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu,	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.