

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Ekonomika handlu (ZAMS2-ZUH-EKHA)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim:

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Przedmiot dla jednostki: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Cykl dydaktyczny: Semestr letni 2020/2021

Koordinator przedmiotu cyklu: mgr Marta Sosnowska

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Egzamin

Skrócony opis:

Celem przedmiotu jest przekazanie w sposób zaawansowany wiedzy o funkcjonowaniu i zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym. W ramach przedmiotu student zdobywa aktualną wiedzę o sektorze handlu i przedsiębiorstwach handlowych we współczesnej gospodarce.

Dodatkowym celem przedmiotu jest nabycie umiejętności praktycznego zastosowania analiz ekonomicznych i strategicznych w procesie podejmowania decyzji na poziomie przedsiębiorstwa handlowego.

Opis:

Wykład ma za zadanie przekazać studentom wiedzę w zakresie istoty i funkcjonowania przedsiębiorstwa handlowego w gospodarce. Studenci zapoznają się ze specyfiką zarządzania przedsiębiorstwem handlowym poprzez zarządzanie strategiczne i operacyjne. Pozyskują wiedzę na temat problemów decyzyjnych i formułowania celów w przedsiębiorstwie handlowym, w tym podejmowania decyzji na podstawie dokonanych analiz ekonomiczno – finansowych.

Ćwiczenia poświęcone są praktycznym aspektom funkcjonowania przedsiębiorstw handlowych oraz analizie ekonomiczno-finansowej przedsiębiorstwa handlowego.

Literatura:

Literatura podstawowa:

- 1.M. Sławińska, Przedsiębiorstwo handlowe: ekonomika, zarządzanie, procesy; Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2013. (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)
- 2.M. Sławińska, Kompendium wiedzy o handlu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)
- 3.M. Sławińska, E. Urbanowska-Sojkin, Marketing w zarządzaniu firmą handlową, PWE, Warszawa 2008 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)

Literatura uzupełniająca:

- 1.M. Stelmaszczyk, Negocjowanie kontraktów handlowych poradnik dla eksporterów i importerów, Warszawa Centrum Doskonalenia Kadr Handlu Zagranicznego, Warszawa 1992 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
- 2.W. Kozłowski, J. Michałak, Handel detaliczny w Polsce: część 2: perspektywy rozwoju, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Społecznej w Ostrołęce, 2017, nr 25 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
- 3.B. Kucharska, M. Malinowska, Handel detaliczny w Europie – obszary i wyzwania badawcze, Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
- 4.M. Komor, Handel detaliczny na eurorynku – internacjonalizacja i koncentracja, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, 2013, vol. 3(7), Issue 31 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).

Efekty kształcenia:

K_W03 w pogłębionym stopniu zna i rozumie zasady funkcjonowania organizacji na rynku krajowym i międzynarodowym oraz ich uwarunkowania ekonomiczne, prawne i społeczne.

K_W04 w pogłębionym stopniu zna i rozumie relacje zachodzące pomiędzy przedsiębiorstwami na rynku krajowym i zagranicznym, zarówno o charakterze współpracy, jak i konkurencji oraz praktyczne zastosowanie modeli współpracy i konkurencji w działalności firmy.

K_U08 potrafi kierować pracą zespołu zadaniowego i komórki organizacyjnej, pełnić różne role w zespole, skutecznie współpracować z innymi członkami zespołu, a także zarządzać zasobami organizacji.

K_K02 jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów występujących w organizacji oraz skutecznego uzasadniania ocen i opinii, a także proponowanych rozwiązań, zasięgania opinii ekspertów dysponujących wiedzą niedostępną w organizacji.

K_K05 jest gotów do wcielania pomysłów do praktyki dla osiągnięcia zamierzonych celów oraz realizacji projektów o istotnym znaczeniu społecznym, wykazując się przy tym inicjatywnością i przedsiębiorczością.

K_K06 jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym szczególnie roli kierownika, przyczyniania się do rozwijania dorobku zawodu menedżera i podtrzymywania etosu zawodu, a także przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad.

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: ZAMS2-ZUH-EKHA, w cyklu: 20/21L, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

Metody i kryteria oceniania:

Wykład: tradycyjny wspomagany prezentacjami multimedialnymi z elementami aktywizacji studentów (np. dyskusja).

Ćwiczenia: samodzielne i w grupach.

Udział oceny z danej formy zajęć w ocenie końcowej z przedmiotu:

Wykład: 50%

Ćwiczenia: 50%

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

- egzamin pisemny/zaliczenie pisemne (K_W03, K_W04)

- projekt zespołowy, prezentacja, praca w grupach na zajęciach, dyskusja, case study – każdy efekt zawiera się w każdej formie (K_W03, K_W04, K_U08, K_K02; K_K05, K_K06)

Wskaźniki ilościowe

Nakład pracy studenta związany z zajęciami:

1. Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego:

- udział w wykładach – 15 godzin

- udział w ćwiczeniach – 15 godzin

- udział w egzaminie – 4 godziny

Razem: liczba godzin: 34; punkty ECTS: 1,36

Liczba godzin niewymagająca bezpośredniego udziału nauczyciela:

- przygotowanie do wykładu – 7 godzin

- przygotowanie do ćwiczeń (w tym do case study, dyskusji) – 15 godzin

- przygotowanie do egzaminu – 15 godzin

- opracowanie projektu zespołowego wraz z prezentacją multimedialną – 8 godzin

Razem: liczba godzin: 45; punkty ECTS: 1,8

RAZEM: liczba godzin: 79; punkty ECTS: 3,16

Punkty ECTS za przedmiot: 3

Dane dotyczące przedmiotu cyklu:

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu cyklu:

Egzamin

Szczegóły zajęć i grup

Wykład (15 godzin)

Literatura:

Literatura podstawowa:

1. M. Sławińska, Przedsiębiorstwo handlowe: ekonomika, zarządzanie, procesy; Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2013. (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)
2. M. Sławińska, Kompendium wiedzy o handlu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)
3. M. Sławińska, E. Urbanowska-Sojkin, Marketing w zarządzaniu firmą handlową, PWE, Warszawa 2008 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)

Literatura uzupełniająca:

1. M. Stelmaszczyk, Negocjowanie kontraktów handlowych poradnik dla eksporterów i importerów, Warszawa Centrum Doskonalenia Kadr Handlu Zagranicznego, Warszawa 1992 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
2. W. Kozłowski, J. Michalak, Handel detaliczny w Polsce: część 2: perspektywy rozwoju, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Społecznej w Ostrołęce, 2017, nr 25 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
3. B. Kucharska, M. Malinowska, Handel detaliczny w Europie – obszary i wyzwania badawcze, Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
4. M. Komor, Handel detaliczny na eurorynku – internacjonalizacja i koncentracja, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, 2013, vol. 3(7), Issue 31 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).

Efekty kształcenia:
- egzamin pisemny/zaliczenie pisemne (K_W03, K_W04)
Metody i kryteria oceniania:
Formy zaliczenia przedmiotu: warunkiem przystąpienia do egzaminu jest zaliczenie ćwiczeń.
Egzamin pisemny w formie testowej z pytaniami zamkniętymi (100%).
Przewidziany jest egzamin zerowy.
Zakres tematów zajęć:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do problematyki przedmiotu (podstawy metodyczne). 2. Istota i funkcjonowanie przedsiębiorstwa handlowego w gospodarce (pojęcie, funkcje, cechy przedsiębiorstwa handlowego i jego relacje z otoczeniem). 3. Rodzaje przedsiębiorstw handlowych. 4. Istota procesu zarządzania przedsiębiorstwem handlowym (zarządzanie strategiczne i operacyjne, problemy decyzyjne, formułowanie celów). 5. Zarządzanie zasobami w przedsiębiorstwie handlowym (rodzaje czynników wytwórczych, zarządzanie zasobami ludzkimi, towary, zarządzanie bazą materialno-techniczną). 6. Asortyment jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstwa (pojęcie asortymentu, pojęcie i cele polityki asortymentowej, strategiczne planowanie asortymentu, category management – zarządzanie kategorią). 7. Zakup towarów - ujęcie procesowe (istota, fazy, organizacja zakupu). 8. Zarządzanie zapasami towarów w przedsiębiorstwie handlowym (istota, rodzaje, czynniki, rachunek ekonomiczny, strategię zarządzania). 9. Zarządzanie sprzedażą - podejście marketingowe (problemy decyzyjne, kształtowanie cen i marż, strategię sprzedaży). 10. Analiza ekonomiczno-finansowa przedsiębiorstwa handlowego (zarządzanie finansami, formy finansowania, struktura kapitału, kredyt kupiecki, metody oceny sytuacji ekonomiczno-finansowej). 11. Aktualne badania sektora handlowego w Polsce i w ujęciu globalnym.
Metody dydaktyczne:
Wykład: tradycyjny wspomagany prezentacjami multimedialnymi, z elementami aktywizacji studentów (np. dyskusja)

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

Prowadzący grupy:

mgr Marta Sosnowska

Ćwiczenia (15 godzin)

Literatura:

Literatura podstawowa:

- 1.M. Sławińska, Przedsiębiorstwo handlowe: ekonomika, zarządzanie, procesy; Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2013. (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)
- 2.M. Sławińska, Kompendium wiedzy o handlu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)
- 3.M. Sławińska, E. Urbanowska-Sojkin, Marketing w zarządzaniu firmą handlową, PWE, Warszawa 2008 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA)

Literatura uzupełniająca:

- 1.M. Stelmaszczyk, Negocjowanie kontraktów handlowych poradnik dla eksporterów i importerów, Warszawa Centrum Doskonalenia Kadr Handlu Zagranicznego, Warszawa 1992 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
- 2.W. Kozłowski, J. Michalak, Handel detaliczny w Polsce: część 2: perspektywy rozwoju, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Społecznej w Ostrołęce, 2017, nr 25 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
- 3.B. Kucharska, M. Malinowska, Handel detaliczny w Europie – obszary i wyzwania badawcze, Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (dostęp w Bibliotece, BazEkon).
- 4.M. Komor, Handel detaliczny na eurorynku – internacjonalizacja i koncentracja, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, 2013, vol. 3(7), Issue 31 (dostęp w Bibliotece, BazEkon).

Efekty kształcenia:

K_U08 potrafi kierować pracą zespołu zadaniowego i komórki organizacyjnej, pełnić różne role w zespole, skutecznie współpracować z innymi członkami zespołu, a także zarządzać zasobami organizacji.

K_K02 jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów występujących w organizacji oraz skutecznego uzasadniania ocen i opinii, a także proponowanych rozwiązań, zasięgania opinii ekspertów dysponujących wiedzą niedostępną w organizacji.

K_K05 jest gotów do wcielania pomysłów do praktyki dla osiągnięcia zamierzonych celów oraz realizacji projektów o istotnym znaczeniu społecznym, wykazując się przy tym inicjatywnością i przedsiębiorczością.

K_K06 jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym szczególnie roli kierownika, przyczyniania się do rozwijania dorobku zawodu menedżera i podtrzymywania etosu zawodu, a także przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad.

Metody i kryteria oceniania:

Formy zaliczenia przedmiotu:

Zaliczenie w formie projektu zespołowego wraz z prezentacją multimedialną (80%), aktywność na zajęciach (20%).

Zakres tematów zajęć:

- 1.Zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa handlowego w gospodarce na wybranych przykładach.
- 2.Analiza porównawcza wybranych przedsiębiorstw handlowych.
- 3.Istota procesu zarządzania wybranych przedsiębiorstw handlowych (zarządzanie strategiczne i operacyjne, problemy decyzyjne, formułowanie celów).
- 4.Zarządzanie zasobami w wybranych przedsiębiorstwie handlowym (rodzaje czynników wytwórczych, zarządzanie zasobami ludzkimi, towary, zarządzanie bazą materialno-techniczną).
- 5.Analiza polityki asortymentowej przedsiębiorstwa handlowego na wybranych przykładach.
- 6.Analiza polityki zakupowej przedsiębiorstwa handlowego na wybranych przykładach.
- 7.Praktyczne metody rozwiązywania problemów zarządzania sprzedażą - podejście marketingowe problemy decyzyjne, kształtowanie cen i marż, strategie sprzedaży.
- 8.Analiza ekonomiczno-finansowa wybranych przedsiębiorstw handlowych.
- 9.Aktualne badania sektora handlowego w Polsce i w ujęciu globalnym – analiza praktycznych aspektów zarządzania przedsiębiorstwem handlowym.

Metody dydaktyczne:

- projekt zespołowy wraz z prezentacją multimedialną,
- praca w grupach na zajęciach,
- case study,
- dyskusja.

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

Prowadzący grupy:

mgr Marta Sosnowska

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Przedmioty na zarządzaniu II stopnia stacjonarnym semestr 2 (P-ZA-MS-S2)	19/20L	
Przedmioty na zarządzaniu II stopnia stacjonarnym spec.Zarządzanie w usługach i handlu semestr 2 (ZA-MS-S2-ZUH)	19/20L	

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
ECTS (ECTS)	3	19/20L	