

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>Systemy dystrybucji</b>		Kod <b>1011102331011145023</b>
Kierunek studiów <b>Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>(brak)</b>	Rok / Semestr <b>2 / 3</b>
Ścieżka obieralności/specjalność <b>Zarządzanie zasobami i marketingiem</b>	Przedmiot oferowany w języku: <b>polski</b>	Kurs (obligatoryjny/obieralny) <b>obieralny</b>
Stopień studiów: <b>II stopień</b>	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) <b>stacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: <b>15</b>		Liczba punktów <b>2</b>
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) <b>(brak)</b>		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) <b>(brak)</b>
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki		Podział ECTS (liczba i %)
<b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b>		
dr inż. Mariusz Branowski email: mariusz.branowski@put.poznan.pl tel. 6653395 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>		
1	<b>Wiedza:</b>	Ma podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu marketingu i logistyki w systemie nauk, w gospodarce i w przedsiębiorstwie; zna podstawową terminologię i zakres przedmiotowy marketingu i logistyki; zna i rozumie podstawowe działania, metody i instrumenty marketingowe; ma podstawową wiedzę o rynkowych aspektach marketingu i logistyki.
2	<b>Umiejętności:</b>	Potrafi opisać i analizować zjawisk ekonomiczne i społeczne dotyczące marketingu i logistyki. Umie wykorzystywać metody i instrumenty marketingu oraz logistyki do rozwiązywania problemów. Umie podejmować decyzje dotyczące rozwiązań w zakresie marketingu mix. Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy marketingu i logistyki występujące w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
3	<b>Kompetencje społeczne</b>	Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie marketingu. Ma świadomość znaczenia marketingu dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych i gospodarczych. Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w grupach i organizacjach prowadzących działania marketingowe. Ma świadomość znaczenia etyki w marketingu.
<b>Cel przedmiotu:</b>		
Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie pojęć, zagadnień, prawidłowości i metod rozwiązywania problemów związanych z projektowaniem i zarządzaniem systemami dystrybucji (kanałami marketingowymi i logistyką dystrybucji).		
<b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>		
<b>Wiedza:</b>		
1. Ma rozszerzoną wiedzę o miejscu i znaczeniu zarządzania dystrybucją w systemie nauk, w gospodarce i w przedsiębiorstwie. - [K2A_W01] 2. Zna terminologię i zakres przedmiotowy zarządzania dystrybucją. - [K2A_W05] 3. Zna i rozumie działania, metody i instrumenty zarządzania dystrybucją - [K2A_W08] 4. Ma wiedzę o rynkowych aspektach zarządzania dystrybucją. - [K2A_W09]		
<b>Umiejętności:</b>		
1. Potrafi opisać i analizować zjawiska ekonomiczne, techniczne, prawne, kulturowe i społeczne dotyczące zarządzania dystrybucją. - [K2A_U01] 2. Umie wykorzystywać metody i instrumenty projektowania i zarządzania systemami dystrybucji do rozwiązywania problemów. - [K2A_U02] 3. Umie podejmować decyzje dotyczące rozwiązań w zakresie projektowania i zarządzania systemami dystrybucji - [K2A_U04] 4. Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy zarządzania dystrybucją występujące w zarządzaniu przedsiębiorstwem. - [K2A_U06] 5. Posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu zarządczego i przeprowadzenia procedury podjęcia rozstrzygnięć, w tym zakresie - [K2A_U07]		

<b>Kompetencje społeczne:</b>
1. Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie projektowania i zarządzania systemami dystrybucji - [K2A_K03]
2. Ma świadomość znaczenia zarządzania dystrybucją dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych i gospodarczych - [K2A_K03]
3. Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w grupach i organizacjach prowadzących działania związane z zarządzaniem dystrybucją. - [K2A_K05, K2A_K06]

<b>Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia</b>
Ocena formująca: w zakresie projektów: na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań w zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na poprzednich wykładach.
Ocena podsumowująca: Zaliczenie wykładów w formie testu. Zaliczenie zadania projektowego.

<b>Treści programowe</b>
System, proces, kanał i zarządzanie dystrybucją przedsiębiorstwa. Funkcje kanałów i rola pośredników. Przepływy (produktów, płatności, informacji). Prawo własności produktów. Promocja w kanałach dystrybucji. Dystrybucja intensywna, selektywna i wyłączna. Klasyfikacje pośredników (w obrocie krajowym i zagranicznym, produktami przemysłowymi i konsumpcyjnymi). Hurt i detal. Agent i dystrybutor produktów przemysłowych. Projektowanie kanałów dystrybucji (analiza potrzeb klientów, określenie celów dla kanału, analiza i ocena wariantów). Analiza rynku i strategia dystrybucji. Zarządzanie kanałem (wybór pośredników, szkolenie i motywowanie pośredników, ocena pośredników). Rachunkowość zarządcza w dystrybucji. Współpraca i konflikty w kanałach dystrybucji. Integracja pionowa i pozioma w kanałach dystrybucji. Zarządzanie dystrybucją fizyczną. Zamawianie produktów. Sterowanie zapasami. Transport i przeładunek produktów. Programowanie sprzedaży i dystrybucji.

<b>Literatura podstawowa:</b>
1. Stern L.W., El-Ansary A.I., Coughlan A.T. Kanały marketingowe PWN S.A. Warszawa 2002
2. K. Rutkowski Logistyka dystrybucji. Specyfika. Tendencje rozwojowe. Dobrze Wyd. SGH Warszawa 2005
3. K. Rutkowski, Logistyka dystrybucji. Wyd. Difin Warszawa 2001
4. Z. Spyra Kanały dystrybucji. Kształtowanie relacji. Wyd. PWE Warszawa 2006
5. Pr. zb. pod red. W.Mantury Marketing przedsiębiorstw przemysłowych Wyd. Politechniki Poznańskiej Poznań 2002
6. Cyplik P., Fertsch M., Hadaś Ł. Zarządzanie dystrybucją. Metody i mierniki oceny. Wyd. Politechniki Poznańskiej Poznań 2011

<b>Literatura uzupełniająca:</b>

<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>
---

Czynność	Czas (godz.)
1. Wykład	15
2. Projekt	15
3. Konsultacje	2
4. Test	1
5. Praca własna studenta - przygotowanie do zajęć projektowych	18
6. Praca własna studenta - przygotowanie do testu	9

<b>Obciążenie pracą studenta</b>		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	60	2
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	40	1
Zajęcia o charakterze praktycznym	20	1