

|  |   |
|--|---|
| Tytuł<br><b>Organizacja systemu dystrybucji</b>                                      | Kod<br><b>10111053310111401468</b>            |
| Kierunek<br><b>Zarządzanie - studia niestacjonarne II stopnia</b>                    | Rok / Semestr<br><b>2 / 3</b>                 |
| Specjalność<br><b>Logistyka systemów wytwórczych i usługowych</b>                    | Przedmiot<br><b>obieralny</b>                 |
| Godziny<br>Wykłady: <b>10</b> Ćwiczenia: -    Laboratoria: -    Projekty / semina: - | Liczba punktów<br><b>3</b>                    |
|  | Język prowadzenia przedmiotu<br><b>polski</b> |

**Prowadzący:**

dr inż. Mariusz Branowski  
Katedra Marketingu i Sterowania Ekonomicznego  
ul. Strzelecka 11  
60-965 Poznań  
tel. 6653395, fax. 6653375  
e-mail: mariusz.branowski@put.poznan.pl

**Wydział:**

Wydział Inżynierii Zarządzania  
ul. Strzelecka 11  
60-965 Poznań  
tel. (61) 665-33-74, fax.  
e-mail: office\_fem@put.poznan.pl

**Miejsce przedmiotu w programie studiów:**

Organization of Distribution Systems

**Założenia i cele przedmiotu:**

Poszerzenie wiedzy na temat wyboru kanałów dystrybucji oraz metod dystrybucji fizycznej produktów. Nabycie umiejętności podejmowania decyzji dot. organizacji systemów dystrybucji przedsiębiorstw i zarządzania dystrybucją

**Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):**

System, proces i kanały dystrybucji przedsiębiorstwa. Funkcje kanałów i rola pośredników handlowych i logistycznych. Klasyfikacje pośredników handlowych (w obrocie krajowym i zagranicznym, produktami przemysłowymi i konsumpcyjnymi). Hurt i detal. Agent i dystrybutor produktów przemysłowych. Wybór kanałów dystrybucji. Współpraca i konflikty w kanałach dystrybucji. Krajowe i międzynarodowe systemy dystrybucji fizycznej. Pośrednicy w logistyce międzynarodowej - spedytorzy, agenci celni, przedsiębiorstwa składowe, operatorzy logistyczni. Dystrybucja fizyczna. Zamawianie produktów. Sterowanie zapasami. Transport i przeładunek produktów. Programowanie sprzedaży i dystrybucji.

**Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:**

Kurs podstaw marketingu.

**Forma zajęć i metody dydaktyczne:**

Wykłady ilustrowane slajdami.

**Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:**

Wykłady - zaliczenie na podstawie testu

**Bibliografia podstawowa:**

1. Stern L.W., El-Ansary A.I., Coughlan A.T Kanały marketingowe PWN S.A. Warszawa 2002
2. Czubała A. Dystrybucja produktów PWE S.A., Warszawa 2001
3. Pr. zb. pod red. K.Rutkowskiego Logistyka dystrybucji. Specyfika. Tendencje rozwojowe. Dobre praktyki Oficyna Wyd. SGH Warszawa 2005
4. Pr. zb. pod red. W.Mantury Marketing przedsiębiorstw przemysłowych Wyd. Politechniki Poznańskiej Poznań 2002

5. Zarzycka A.M. Systemy dystrybucji w eksporcie SGH Warszawa 2008

**Bibliografia uzupełniająca:**