

KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA		
Nazwa modułu/przedmiotu Organizacja systemu dystrybucji		Kod 1011105331011140221
Kierunek studiów Zarządzanie - studia niestacjonarne II stopnia	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) (brak)	Rok / Semestr 2 / 3
Ścieżka obieralności/specjalność Logistyka systemów wytwórczych i	Przedmiot oferowany w języku: polski	Kurs (obligatoryjny/obieralny) obieralny
Stopień studiów: II stopień	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) niestacjonarna	
Godziny Wykłady: 10 Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: -		Liczba punktów 3
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) (brak)		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) (brak)
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki nauki techniczne nauki techniczne		Podział ECTS (liczba i %) 3 100% 3 100%
Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca: dr inż. Mariusz Branowski email: mariusz.branowski@put.poznan.pl tel. 6653395 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:		
1	Wiedza:	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	Umiejętności:	Potrafi opisać i analizować zjawisk ekonomiczne i społeczne dotyczące marketingu i logistyki. Umie wykorzystać 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	Kompetencje społeczne	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.
Cel przedmiotu: -Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie pojęć, zagadnień, prawidłowości i metod rozwiązywania problemów związanych z systemami dystrybucji krajowej i zagranicznej produktów konsumpcyjnych i przemysłowych.		
Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia		
Wiedza:		
1. Ma podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu systemów dystrybucji w systemie nauk, w gospodarce i w przedsiębiorstwie. - [K1A_W01] 2. Zna podstawową terminologię i zakres przedmiotowy systemów dystrybucji. - [K1A_W01] 3. Zna i rozumie podstawowe działania, metody i instrumenty organizowania systemów dystrybucji - [K1A_W14] 4. Ma podstawową wiedzę o rynkowych aspektach działania systemów dystrybucji. - [K1A_W13]		
Umiejętności:		
1. Potrafi opisać i analizować zjawiska ekonomiczne, techniczne, prawne, kulturowe i społeczne dotyczące systemów dystrybucji. - [K1A_U01] 2. Umie wykorzystać metody i instrumenty systemowego podejścia do dystrybucji do rozwiązywania problemów. - [K1A_U07] 3. Umie podejmować decyzje dotyczące rozwiązań w zakresie systemów dystrybucji - [K1A_U06] 4. Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy zarządzania systemami dystrybucji występujące w zarządzaniu przedsiębiorstwem. - [K1A_U03]		

Kompetencje społeczne:
1. Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie systemów dystrybucji - [K1A_U01]
2. Ma świadomość znaczenia systemów dystrybucji dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych i gospodarczych. - [K1A_U03]
3. Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w grupach i organizacjach prowadzących działania związane z projektowaniem, wdrażaniem i kontrolą systemów dystrybucji - [K1A_U03]
4. Ma świadomość znaczenia etyki w zarządzaniu dystrybucją. - [K1A_U04]

Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia
-Zaliczenie wykładów na podstawie testu. -Analiza i ocena wybranego systemu dystrybucji

Treści programowe
-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 - spedytory, agenci celni, przedsiębiorstwa składowe, operatorzy logistyczni. Dystrybucja fizyczna. Zamawianie produktów. Sterowanie zapasami. Transport i przeładunek produktów. Programowanie sprzedaży i dystrybucji.

Literatura podstawowa:
1. Kanały marketingowe, Stern L.W., El-Ansary A.I., Coughlan A.T., PWN S.A., Warszawa, 2002
2. Logistyka dystrybucji. Specyfika. Tendencje rozwojowe. Dobre praktyki, K. Rutkowski (red.), Wyd. SGH, Warszawa, 2005
3. Zarządzanie dystrybucją. Metody i mierniki oceny., Cyplik P., Fertsch M., Hadaś Ł., Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2011
4. Systemy dystrybucji w eksporcie, Zarzycka A.M., SGH, Warszawa, 2008
5. Dystrybucja produktów, , Czubała A. , PWE S.A., Warszawa, 2001

Literatura uzupełniająca:
1. Logistyka dystrybucji. , K. Rutkowski, Wyd. Difin, Warszawa, 2001
2. Kanały dystrybucji. Kształtowanie relacji. , Z. Spyra, Wyd. PWE, Warszawa, 2006
3. Marketing przedsiębiorstw przemysłowych, Pr. zb. pod red. W.Mantury, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2002 (rozdział: Sprzedaż i dystrybucja produktów)

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

Czynność	Czas (godz.)
1. wykłady	10
2. konsultacje	2
3. zaliczenie wykładów	1
4. praca własna studenta	47

Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	60	3
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	12	1
Zajęcia o charakterze praktycznym	10	1