



# Program studiów

**Kierunek:** Zarządzanie sprzedażą

## **Spis treści**

Program studiów podyplomowych	3
Efekty uczenia się	5

# Program studiów podyplomowych

## Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Zarządzania
Nazwa kierunku:	Zarządzanie sprzedażą
Poziom:	Studia podyplomowe
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	35
Termin rozpoczęcia cyklu:	2024/2025
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	2

## Warunki rekrutacji, w tym wymagania wstępne

Ukończenie studiów wyższych lic., inż., mgr. O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

## Limit przyjęć na studia podyplomowe wraz ze wskazaniem minimalnej liczby osób przyjętych, warunkującej uruchomienie edycji studiów podyplomowych

Min. liczba osób - 12. Max. liczba osób - 30.

## Wymagane dokumenty oraz miejsce ich złożenia

- Kwestionariusz osobowy,
- podanie o przyjęcie na studia podyplomowe,
- odpis dyplomu ukończenia studiów wyższych (mgr, lic. lub inż.).

Miejsce składania dokumentów: Wydział Zarządzania, ul. Gramatyka 10, 30-067 Kraków, budynek D14, pokój nr 102, mgr inż. Aneta Ochońska.

## Ogólne cele kształcenia w ramach studiów podyplomowych

Celem studiów jest zdobycie wiedzy z zakresu ogólnie pojmowanego procesu zarządzania sprzedażą przy uwzględnieniu dziedzin pomocniczych, takich jak finanse, badania operacyjne i prawo. Studia wzbogacają wiedzę z zakresu zarządzania funkcją handlową i marketingiem przedsiębiorstwa oraz umożliwiają zdobycie nowych, specjalistycznych kwalifikacji poszukiwanych szczególnie w obszarze handlu i dystrybucji.

Warunkiem ukończenia studiów podyplomowych jest zaliczenie poszczególnych przedmiotów i uzyskanie pozytywnych ocen z egzaminów.

Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych na podstawie zaliczeń przedmiotów, egzaminów oraz obrony pracy podyplomowej.

## Sylwetka absolwenta studiów podyplomowych

Słuchacze w trakcie studiów otrzymają usystematyzowaną i poszerzoną wiedzę z dziedzin związanych z zarządzaniem sprzedażą. Będą w stanie dokonać zastosowania praktycznego konkretnych modeli teoretycznych w praktyce gospodarczej, znając ich ograniczenia i uwarunkowania wynikające z realiów funkcjonowania przedsiębiorstwa. Zdobędą wiedzę niezbędną do identyfikacji ograniczeń prawnych dla prowadzonej działalności handlowej przedsiębiorstwa. Poznają aktualnie stosowane i wdrażane w licznych przedsiębiorstwach nowe narzędzia kierowania przedsiębiorstwem ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki obszaru marketingu i handlu. Będą w stanie prawidłowo kształtować strategię marketingową małego przedsiębiorstwa, zidentyfikować potencjalne jej ograniczenia wynikające z bieżącego stanu zasobów danej organizacji oraz skutecznie zarządzać działem marketingu uwzględniając jego interakcję z innymi działami przedsiębiorstwa.

## Zasady odbywania studiów podyplomowych, w tym zasady udziału w zajęciach, zasady zaliczania zajęć i zasady składania egzaminów, zasady zaliczania i wpisu na kolejny semestr

Studia podyplomowe „Zarządzanie sprzedażą” odbywają się w cyklu semestralnym i trwają dwa semestry. Uczestnik jest

zobowiązany do udziału w zajęciach przewidzianych programem studiów. Zasady zaliczania przedmiotów i zdawania egzaminów określają sylabusy poszczególnych przedmiotów. Podstawą wpisu na drugi semestr studiów jest zaliczenie przedmiotów z pierwszego semestru oraz uzyskanie ocen pozytywnych z zaliczeń i egzaminów przewidzianych na ten semestr.

**Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w tym w szczególności warunki ich realizacji, system kontroli praktyk i ich zaliczania (jeżeli są wymagane)**

Program studiów nie obejmuje praktyk.

**Warunki ukończenia studiów podyplomowych i uzyskania świadectwa ukończenia studiów podyplomowych, w tym warunki i wymagania związane z przygotowaniem prac końcowych oraz realizacją procesu dyplomowania, a także związane z organizacją i przebiegiem egzaminu końcowego (jego zakres, tryb i sposób jego przeprowadzenia, zasady ustalania oceny z egzaminu końcowego, wytyczne dotyczące jego przebiegu), jeżeli są wymagane, zasady ustalania ostatecznego wyniku ich ukończenia**

Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych w zakresie „Zarządzania sprzedażą” na podstawie zaliczeń przedmiotów, egzaminów oraz obrony pracy podyplomowej. Zasady zaliczania poszczególnych przedmiotów oraz przeprowadzania egzaminów określają sylabusy. Obrona pracy polega na dyskusji nad problematyką prezentowaną w pracy. Ocena końcowa jest obliczana jako średnia ważona ocen z zaliczeń i egzaminów (waga wynosi 0,6) oraz oceny z obrony pracy końcowej (0,4).

## Efekty uczenia się

Kierunek : Zarządzanie sprzedażą

### Wiedza

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
ZSSP_W01	powszechnie stosowane metody budżetowania i zarządzania finansami oraz kreowania wartości dla uczestników przedsięwzięć biznesowych	P6Z_WT
ZSSP_W02	w zaawansowanym stopniu nowoczesne narzędzia, metody i procedury organizacyjne wynikające z obecnych uwarunkowań działalności gospodarczej	P6S_WG
ZSSP_W03	w pogłębionym stopniu sposoby analizy rynku, metody konceptualizacji strategii marketingowych oraz zasad realizacji ich wdrożenia	P6Z_WZ
ZSSP_W04	w zaawansowanym stopniu uwarunkowania i metody skutecznego zarządzania sprzedażą w aspekcie norm prawnych regulujących działalność gospodarczą	P6S_WK

### Umiejętności

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
ZSSP_U01	adaptować i opomiarować proces finansowania działalności handlowej przedsiębiorstwa w perspektywie realizowanej strategii marketingowej	P6Z_UN
ZSSP_U02	w zaawansowanym stopniu prowadzić działania wynikające z wdrożenia wybranej strategii marketingowej a ujęte we właściwym marketing - mix.	P6S_UK
ZSSP_U03	umiejętnie dobrać i zastosować właściwe formy organizacji oraz kierowania funkcją handlową przedsiębiorstwa z uwzględnieniem realizowanej strategii marketingowej przy uznaniu wymagań, co do jej formy pochodzących z otoczenia przedsiębiorstwa	P6S_UO

### Kompetencje społeczne

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
ZSSP_K01	tworzenia wzorców właściwego postępowania w środowisku działalności handlowej z uwzględnieniem specyfiki marketingu, finansów i prawa w obszarze funkcji handlowej	P6S_KR
ZSSP_K02	kreatywnej i krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz umiejętności działań handlowych z uwzględnieniem wynikających zeń konsekwencji dla otoczenia	P6S_KK
ZSSP_K03	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych powiązanych z umiejętnym zarządzaniem projektami handlowymi i uwzględniając ich wpływ na klienta i otoczenie rynkowe	P6Z_KP