

Karta przedmiotu - Merchandasing

Kierunek: Inżynieria jakości produktu

Wymagania wstępne

I. Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania

Nazwa przedmiotu	Merchandasing	
Język prowadzenia przedmiotu	polski	
Kod/Specjalność	ZJ-IJ-XX-X1-24/25Z-MERCHA Brak	
Kategoria przedmiotu	kierunkowe lub ogólne	
Profil studiów	Ogólnoakademicki	
Poziom PRK	Poziom 6 - I. stopień (studia inżynierskie)	
Rok studiów/semestr	4/7	
Forma zajęć/liczba godzin	stacjonarne:	Konwersatorium: 15
	niestacjonarne:	Konwersatorium: 9

Dyscypliny/punkty ECTS	Nauki o zarządzaniu i jakości:		2
	Nauki biologiczne:		0
	Matematyka:		0
	Nauki fizyczne:		0
	Informatyka:		0
	Ekonomia i finanse:		0
	Nauki chemiczne:		0
	Językoznawstwo:		0
	Inżynieria materiałowa:		0
	Inne dyscypliny:		0
	Nauki o kulturze i religii:		0
	Historia:		0
	Filozofia:		0
	Technologia żywności i żywienia:		0
	Nauki prawne:		0
	Nauki o sztuce:		0
	Inżynieria mechaniczna:		0
	Razem		2
Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot	Gębarowski Marcin, dr hab. (Katedra Zarządzania Procesowego)		
Cele przedmiotu	Kod	Opis	
	C1	Zrozumienie wyzwań, jakie wiążą się z właściwym aranżowaniem punktów sprzedaży	
	C2	Poznanie szczegółowych technik organizowania miejsc sprzedaży detalicznej	
	C3	Zdobycie umiejętności dotyczących organizowania miejsc handlu detalicznego pod kątem maksymalizowania sprzedaży	
	C4	Pozyskanie kompetencji pozwalających na skuteczną pracę w zespołach zajmujących się aranżowaniem przestrzeni handlowych	

Realizowane efekty uczenia się	Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się	
	E1	W	Student zna i rozumie podstawowe zagadnienia z zakresu merchandisingu	ZJ-ST1-IJ-W07-24/25Z ZJ-ST1-IJ-W02-24/25Z ZJ-ST1-IJ-W01-24/25Z	
	E2	U	Student potrafi właściwie stosować technik merchandisingowe oraz podejścia przy planowaniu i organizowaniu struktur handlowych	ZJ-ST1-IJ-U07-24/25Z ZJ-ST1-IJ-U08-24/25Z	
	E3	K	Student jest gotów realizować - zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i zespołowym - zadania z zakresu merchandisingu	ZJ-ST1-IJ-K08-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K07-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K03-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K01-24/25Z	
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Aktywność na zajęciach, Kolokwium, Odpowiedź ustna.				
Treści przedmiotu	Konwersatorium				
	Kod	Opis		S (15)	N (9)
	K1	Podstawowy zakres pojęć związanych z merchandisingiem		1	1
	K2	Proces dokonywania zakupów w punktach sprzedaży detalicznej oraz czynniki wpływające na zachowanie klientów w sklepie		1	1
	K3	Kształtowanie przestrzeni obiektów handlowych		2	1
	K4	Eksponowanie towarów na półkach sklepowych		3	1
	K5	Organizowanie obszaru sklepu przy kasach		1	1
	K6	Urządzanie ekspozycji promocyjnych		1	1
	K7	Tworzenie korzystnej atmosfery w punktach handlowych		3	1
	K8	Wykorzystanie materiałów POS (Point of Sale) i digital signage		2	1
	K9	Zaliczenie przedmiotu		1	1
Metody i formy prowadzenia zajęć	Analiza przypadku, Dyskusja, Inne(), Konwersatorium, Prezentacja.				

Nakład pracy studenta
(liczba godzin
kontaktowych, pracy
on-line i pracy
samodzielnej)

UWAGA:
Dokładne
rozpisanie pracy
własnej studenta
znajduje się na
końcu karty

Rodzaj aktywności	Liczba godzin	
	stacjonarne	niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych	15	9
Udział w konsultacjach	0	0
Udział w kolokwiah/egzaminie	0	0
Praca własna studenta	35	41
E-learning	0	0
Inne (kontaktowe)	0	0
Inne (bezkontaktowe)	0	0
Suma godzin	50	50
Liczba punktów ECTS	2	2

Macierz realizacji
przedmiotu

Efekt uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści przedmiotu	Metody/narzędzia dydaktyczne	Sposoby weryfikacji efektu
E1	ZJ-ST1-IJ-W07-24/25Z ZJ-ST1-IJ-W02-24/25Z ZJ-ST1-IJ-W01-24/25Z	C3 C2 C1	K1 K2 K3 K4 K5 K6 K7 K8 K9	N2 N3 N4 N7 N19	F1 F3 F8
E2	ZJ-ST1-IJ-U07-24/25Z ZJ-ST1-IJ-U08-24/25Z	C3	K2 K3 K4 K5 K6 K7 K8 K9	N2 N3 N4 N7 N19	F1 F8
E3	ZJ-ST1-IJ-K08-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K07-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K03-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K01-24/25Z	C4 C3	K3 K4 K5 K6 K7 K8 K9	N2 N3 N4 N7 N19	F1 F8

Literatura podstawowa	Lp.	Opis pozycji
	1	A.I. Szymańska, M. Płaziak, Place targowe i centra handlowe: dwa oblicza współczesnego handlu w Polsce, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2021
	2	B. Borusiak, T. Wanat, Merchandising w handlu stacjonarnym i internetowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2020
	3	Ph. Kotler, G. Stigliano, Retail 4.0: 10 zasad handlu detalicznego w erze cyfrowej, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2022
Literatura uzupełniająca	Lp.	Opis pozycji
	1	A. Binsztok, T. Zuzański, Jak oczarować klientów w sklepie czyli merchandising z elementami psychologii zachowań konsumenckich, Helion, Gliwice 2013
	2	L. Witek, Merchandising w małych i dużych firmach handlowych: teoria i praktyka: cenne wskazówki, trendy, wyniki badań, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2007
	3	M. Gębarowski, Nowoczesne formy promocji, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2007
	4	M. Levy, B.A. Weitz, D. Grewal, Retailing management, McGraw Hill Education, New York 2014
	5	M. Sławińska, J. Mikołajczyk (red.), Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym: zadania i studia przypadków, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003
	6	P. Konšták, Merchandising management in the context of active sale and sustainable development, Foundation of the Cracow University of Economics, Cracow 2016
	7	R. Pałgan, Merchandising, Akademia Morska w Gdyni, Gdynia 2012
Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	Sposób obliczania średniej z ocen bieżących (zgodnie z §28 pkt. 4 Regulaminu studiów)	
	Aktywny udział w dyskusjach prowadzonych podczas zajęć	
	Sposób obliczania oceny końcowej (zgodnie z §28 pkt. 5 Regulaminu studiów)	
	Ocena z kolokwium pisemnego (90%) i ocen cząsteczkowych - zdobywanych w ramach aktywności podczas zajęć (10%)	
	Dodatkowe informacje o sposobie obliczania oceny końcowej lub egzaminie	
	brak	
Osoby prowadzące przedmiot	Lp.	Nauczyciel
	1	Gębarowski Marcin, dr hab. (Katedra Zarządzania Procesowego)
	2	Wiater Mariola, dr (Katedra Zarządzania Procesowego)
Informacje dodatkowe		

Status karty: **ZAAKCEPTOWANY** przez: Miśniakiewicz Małgorzata, dr inż.

Nakład pracy studenta	Forma aktywności studenta	Liczba godzin	
		stacjonarne	niestacjonarne
	Zajęcia z planu studiów	15	9
	Analiza źródeł (literatury, badań, sprawozdań, aktów normatywnych, orzecznictwa, dokumentów programowych itp.)	4	4
	Analiza problemu, wymagań, przesłanek itp.	4	4
	Przeprowadzenie badań (literaturowych, empirycznych)	4	4
	Przygotowanie do zajęć (w tym z wykorzystaniem platformy Moodle)	16	16
	Poznanie terminologii obcojęzycznej	1	1
	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	6	12
	Suma godzin	50	50
	Liczba punktów ECTS	2	2

