

Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu									
Prowadzący									
Przedmiot	Strategie sprzedaży i Employer Branding								
Moduł	W	Punkty ECTS	5	Sygnatura programu studiów	L/2024/SPS/S/P - L/2024/SPS/N/P				
Kierunek		Specjalność			Rok akademicki				
LOGISTYKA		Logistyka handlu i dystrybucji			system zaktualizowany				
Semestr		VI		Rok studiów			III		
Forma studiów		Stacjonarne			Niestacjonarne				
Forma zajęć		Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt
Liczba godzin		20	20		20	12	15		15
RAZEM		60			42				
Cel przedmiotu		Celem przedmiotu Strategie sprzedaży i Employer Branding jest zapoznanie studentów z zasadami tworzenia i							
Minimalna wiedza wymagana od studenta przed rozpoczęciem zajęć									
Podstawowa wiedza z zakresu logistyki handlu i marketingu.									
Zalecana literatura do przestudiowania przed rozpoczęciem zajęć									
Pindelski M. 2011: Strategia sprzedaży jako egzakucja strategii organizacji - powstanie barier wzrostu przedsiębiorstwa. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 218, Wydawnictwo Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław.									
PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ (PEU)					KEU		METODY OCENY		
	KOD	FORMA			KOD	KOD	FORMA		
WIEDZA	W1	Ma podstawową wiedzę w zakresie funkcjonowania przedsiębiorstw i ich otoczenia, w tym mechanizmów sprzedaży i marketingu.			K1_W01_L_P	M04	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych		
	W2	Rozumie podstawowe zasady działania organizacji i procesów zarządzania w kontekście strategii sprzedaży i budowania marki pracodawcy.			K1_W02_L_P	M04	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych		
	W3	Zna ogólne zasady funkcjonowania procesów sprzedażowych, marketingowych i employer brandingowych oraz ich uwarunkowania rynkowe.			K1_W10_L_P	M04	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych		
UMIĘJĘTNOŚCI	U01	Potrafi analizować i interpretować procesy oraz zjawiska zachodzące w przedsiębiorstwie i jego otoczeniu.			K1_U01_L_P	MO8	Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych		
	U02	Potrafi identyfikować problemy, pozyskiwać informacje oraz opracowywać proste rozwiązania w obszarze sprzedaży i employer branding			K1_U07_L_P	MO8	Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych		
	U03	Potrafi przygotować i przedstawić w formie ustnej i pisemnej wnioski i opracowania dotyczące działań sprzedażowych i employer brandingowych.			K1_U08_L_P	MO10	Zaliczenie projektu		
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K01	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy oraz do kreowania i realizowania projektów marketingowych i sprzedażowych, w tym działań z zakresu employer branding			K1_K01_L_P	MO15	Ocena aktywności na zajęciach		
Treści merytoryczne przedmiotu	Wykłady	Wprowadzenie do strategii sprzedaży i znaczenie planowania w biznesie, Kluczowe elementy skutecznej strategii sprzedaży w różnych sektorach, Proces budowania marki pracodawcy – teoria i praktyka, Relacje z klientem i ich wpływ na wyniki sprzedażowe, Trendy i innowacje w strategiach sprzedażowych, Employer Branding a przyciąganie i utrzymanie talentów, Rola komunikacji i storytellingu w sprzedaży i EB, Analiza rynku i segmentacja w kontekście strategii sprzedaży, Integracja strategii sprzedaży z działaniami marketingowymi i HR, Wyzwania i etyka w sprzedaży oraz budowaniu marki pracodawcy							
	Ćwiczenia	Tworzenie ogólnego planu strategii sprzedaży dla wybranego rynku, Analiza wybranej marki pod kątem Employer Branding, Ćwiczenia z segmentacji klientów i targetowania grup docelowych, Symulacja procesu sprzedażowego – od pierwszego kontaktu do finalizacji transakcji, Projektowanie komunikatów rekrutacyjnych wspierających EB, Ocena konkurencji i identyfikacja przewag sprzedażowych, Case study: wdrażanie strategii EB w różnych branżach, Warsztat z wykorzystania storytellingu w sprzedaży i EB, Tworzenie prostego modelu mierzenia efektywności działań sprzedażowych, Dyskusja i analiza realnych problemów w strategiach sprzedaży i EB							
	Projekt	Opracowanie strategii sprzedaży i działań Employer Branding dla wybranej firmy							
Metody dydaktyczne	KOD	FORMA							
	MD2	Wykład informacyjny z zastosowaniem technik multimedialnych							
	MD16	Ćwiczenia laboratoryjne – rozwiązywanie zadań i problemów							
	1	Gross-Gołacka, Elwira, Szkudlarek, Ewa. Strategic Employer Branding for IT Companies: An Interdisciplinary Perspective. London – New York: Routledge (Taylor & Francis Group), 2024,							

Literatura obowiązkowa	2	Kozłowski M. 2016: Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa.
	3	Sander E., Jabłonowski M. 2022: Employer branding. Praktyczny podręcznik, Wydawnictwo One Press / Helion, Gliwice.
Literatura uzupełniająca	1	brak.
Warunki zaliczenia przedmiotu		
<p>Warunkiem zaliczenia kursu pn. Strategie sprzedaży i EB jest zaliczenie wykładu (M04 Egzamin pisemny w formie zadań otwartych) oraz ćwiczeń (MO8 Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych), a także projektu. Dodatkowo pod uwagę brana będzie ocena aktywności studenta na zajęciach. Ocena wyliczana jest wg formuły: Wykład (W): 30% oceny końcowej plus Ćwiczenia (C): 40% oceny końcowej + Projekt (P): 30% oceny końcowej.</p>		