

Tytuł Marketing usług logistycznych	Kod 1011102211011140409
Kierunek Logistyka - studia stacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 1 / 1
Specjalność -	Przedmiot obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / semina: 1	Liczba punktów 4
	Język prowadzenia przedmiotu polski

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:

Marketing of Logistics Services

Założenia i cele przedmiotu:

Efekty kształcenia - umiejętności i kompetencje: rozpoznawania podstawowych elementów marketingu usług logistycznych; oceny znaczenia poszczególnych elementów marketingu usług logistycznych w kreowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa; przedstawiania charakterystyki marketingu usług logistycznych oraz trendów występujących na rynku usług logistycznych. Umiejętność projektowania programów marketingu tradycyjnego i relacyjnego dla usług logistycznych.

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Treści kształcenia (wykłady): Definicje i klasyfikacje usług logistycznych. Charakterystyka wybranych typów usług logistycznych (transportowe, spedycyjne, magazynowe, przewozy kurierskie, centra logistyczne, przewozy kombinowane itp.). Proces zakupu usług. Rynek usług logistycznych. Segmentacja klientów rynku usług logistycznych. Różnicowanie i pozycjonowanie usług logistycznych. Zarządzanie marketingiem usług logistycznych. Marketing tradycyjny i relacyjny w usługach logistycznych. Marketing mix usług logistycznych (modele 5P i 7P). Marketing wewnętrzny i interakcyjny w usługach logistycznych. Strategia produktu - usługi logistycznej. Cykl życia produktu - usługi logistycznej. Kreowanie nowych usług logistycznych. Dystrybucja usług logistycznych. Promocja usług logistycznych. Procesy i personel świadczący usługi logistyczne. Obsługa klientów. Jakość usług logistycznych. Przyszłość (tendencje rozwojowe) usług logistycznych.

Treści kształcenia (ćwiczenia): Strategia rynkowa firm oferujących usługi logistyczne. Badania marketingowe i analiza rynku usług logistycznych. Segmentacja rynku. Różnicowanie i pozycjonowanie usług logistycznych. Marketing mix usług logistycznych: a/ projektowanie usług, b/ kalkulowanie cen, c/ dystrybucja i promocja.

Treści kształcenia (projekt): projekt strategii marketingowej i wybranych programów marketingowych: produktowych (łącznie z procesem świadczenia usług), cenowych, dystrybucyjnych, promocyjnych, obsługi klienta (łącznie ze standardami tej obsługi), marketingu wewnętrznego, podnoszenia jakości itp. w firmie świadczącej usługi logistyczne

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Kurs podstaw logistyki i podstaw marketingu

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

wykłady, ćwiczenia i projekt

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

-- test (wykład), kolokwium (ćwiczenia), projekt w grupach jedno- lub dwuosobowych

Bibliografia podstawowa:

1. Payne A. Marketing usług PWE Warszawa 1997
2. Pr. zb. pod red. E.Gołembskiej Kompendium wiedzy o logistyce PWN Warszawa 2002
3. Pr zb. pod red. A.Styś Marketing usług PWE Warszawa 2003
4. Pr. zb. pod red. W.Rydzkowskiego Usługi logistyczne Instytut Logistyki i Magazynowania Poznań 2007

Bibliografia uzupełniająca: