

Tytuł Marketing	Kod 1011101231011140222
Kierunek Logistyka - studia stacjonarne I stopnia	Rok / Semestr 2 / 3
Specjalność -	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / seminaria: -	Liczba punktów 5
Język prowadzenia przedmiotu polski	

Prowadzący:

prof. dr hab. inż. Władysław Mantura
Katedra Marketingu i Sterowania Ekonomicznego
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. 061 665 34 04
e-mail: wladyslaw.mantura@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:

-Przedmiot obieralny na I stopniu studiów stacjonarnych, kierunek: Logistyka

Założenia i cele przedmiotu:

-Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie pojęć, zagadnień, prawidłowości i metod rozwiązywania problemów marketingu, z uwzględnieniem logistyki

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

-Geneza i pojęcie marketingu - jego miejsce w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Logistyka w marketingu. Otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa. Struktury i odmiany marketingu, podstawowe funkcje marketingu. Marketing usług logistycznych. Zachowania nabywców. Konkurencja rynkowa. System informacji marketingowej. Badanie i analiza rynku - struktura i formy rynku, segmentacja rynku, wybór rynku docelowego. Marketing-mix jako koncepcja oddziaływania na rynek. Oddziaływanie na rynek za pośrednictwem produktu, dystrybucji, cen i promocji. Logistyka dystrybucji. Zarządzania marketingowe. Organizacja działalności marketingowej.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

-Podstawowa wiedza z ekonomii, logistyki oraz nauk organizacji i zarządzania.

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

-Wykład. Ćwiczenia obliczeniowo-projektowe z całego programu przedmiotu.

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

-Egzamin z wykładów. Kolokwium zaliczeniowe z ćwiczeń.

Bibliografia podstawowa:

1. Kotler P. Marketing Rebis Warszawa 2006
2. Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V Marketing - podręcznik europejski PWE Warszawa 2002
3. Mantura W. Marketing przedsiębiorstw przemysłowych Wyd. Politechniki Poznańskiej Poznań 2002
4. Curtis T. Marketing dla inżynierów naukowców i technologów Wolter Kluwer Polska Sp. Z o.o. Warszawa 2011

Bibliografia uzupełniająca: