

Tytuł Decyzje i gry marketingowe	Kod 1011102321011140746
Kierunek Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 1 / 2
Specjalność -	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty / seminaria: -	Liczba punktów 2
	Język prowadzenia przedmiotu polski

Prowadzący:

dr inż. Ewa Więcek-Janka
Katedra Marketingu i Sterowania Ekonomicznego
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. 61 6653403
e-mail: ewa.wiecek-janka@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:

Decisions and Marketing Games

Założenia i cele przedmiotu:

Zapoznanie studentów

- z teorią podejmowania decyzji z uwzględnieniem: procesów, technik i reguł decyzyjnych, barier w podejmowaniu decyzji oraz teorii gier;
- pojęciami gier, gier symulacyjnych i gier symulacyjnych serio;

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Teoretyczny aspekt:

1. Problemy decyzyjne w przedsiębiorstwie;
 - problem decyzyjny
 - rodzaje decyzji
 - proces podejmowania decyzji
2. Trudności w podejmowaniu decyzji
 - Bariery obiektywne
 - bariery subiektywne
 - niepewność i ryzyko
 - osoba zarządzającego (kierownika) a podejmowanie decyzji
 - podejmowanie decyzji w środowisku konfliktu
3. wspomaganie decyzji
 - systemy wspomaganie decyzji
 - systemy ekspertowe
 - teoria gier
4. procesy decyzyjne i gry
 - historia gier
 - cechy gier
 - gry symulacyjne - typologia
 - gry symulacyjne serio
5. gry kierownicze
6. psychologiczne aspekty gier

7. rozgrywka trzech gier w ramach ćwiczeń
- gra z posłańcem
 - gra TransEuropa
 - gra ForMarket

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

- podstawy marketingu
- podstawy negocjacji
- praca w grupie

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

- wykłady
- rozgrywki grupowe

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

- zaliczenie z wykładów
- prezentacja wyników gier

Bibliografia podstawowa:

1. Więcek-Janka E., Kujawińska A., Decyzje i gry marketingowe Politechniki Poznańskiej Poznań 2010

Bibliografia uzupełniająca: