

Tytuł Zarządzanie cenami	Kod 1011102331011140912
Kierunek Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 2 / 3
Specjalność Zarządzanie zasobami i marketingiem przedsiębiorstw	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / semina: -	Liczba punktów 3
	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 studiach stacjonarnych II stopnia, kierunek: Zarządzanie

Założenia i cele przedmiotu:

-Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy i nabycie umiejętności dotyczących problematyki kształtowania cen produktów w przedsiębiorstwie

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

-Istota i podstawowe funkcje ceny w mechanizmie regulacji rynkowej. Zarządzanie cenami jako funkcja marketingu. Uwarunkowania i problemy zarządzania cenami. Strategie cenowe. Czynniki cenotwórcze. Metody wyznaczania ceny zbytu. Różnicowanie i zmiany ceny zbytu.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

-Podstawowa wiedza z ekonomii, marketingu, rachunkowości i nauk o zarządzaniu

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

-Wykład oraz ćwiczenia zadaniowe i studia przypadków.

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

-Egzamin z wykładów. Kolokwium zaliczeniowe z ćwiczeń.

Bibliografia podstawowa:

1. Mantura W. Zarządzanie cenami Wyd. Politechniki Poznańskiej Poznań 2011
2. Karasiewicz G. Marketingowe strategie cen PWE Warszawa 1997
3. Simon H. Zarządzanie cenami Wyd. Naukowe PWN Warszawa 1996
4. Waniowski P. Strategie cenowe PWE Warszawa 2003

Bibliografia uzupełniająca: