

Tytuł Marketing w handlu i usługach	Kod 1011101371011140716
Kierunek Zarządzanie - studia stacjonarne I stopnia	Rok / Semestr 4 / 7
Specjalność -	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / seminaria: -	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:

Trade and Services Marketing

Założenia i cele przedmiotu:

Opanowanie przez studentów wiedzy i umiejętności prowadzenia działalności marketingowej w firmach handlowych i usługowych.

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Przedsiębiorstwa handlowe i usługowe jako podmioty rynku. Usługa i jej własności. Marketingowe klasyfikacje usług (klasyfikacja Silvestro: usługi profesjonalne, warsztaty usługowe, usługi masowe; schematy klasyfikacyjne Lovelock'a). Badania marketingowe i segmentacja rynku usług. System marketingu usług - marketing zewnętrzny, wewnętrzny i interakcyjny. Marketing tradycyjny i relacyjny w działalności usługowej. Marketing mix w usługach - modele 4P, 5P, 7P. Strategie marketingowe usługi, cen usług, dystrybucji i promocji usług. Ludzie, proces, dowody materialne, obsługa klienta (w tym standardy obsługi) jako elementy marketingu mix. Personel usługowy a marketing wewnętrzny i interakcyjny firmy. Podstawy marketingu relacyjnego w działalności usługowej. Marketing handlowy jako nowoczesna koncepcja zarządzania firmą handlową. Strategie i instrumenty marketingu handlowego. Technika handlu hurtowego i detalicznego. Oceny ilościowe i jakościowe asortymentu handlowego - marże pokrycia, zapasy, rotacja, zwrot marży z inwestycji w zapasy itp.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Kurs podstaw marketingu i badań marketingowych.

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Zajęcia wykładowe ilustrowane materiałami dydaktycznymi.
Zajęcia ćwiczeniowe z wykorzystaniem scenariuszy zawierających zadania, problemy do dyskusji, studia przypadków itp.

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Wykłady - test zaliczeniowy
Ćwiczenia - pisemne kolokwium zaliczeniowe i rozwiązania studiów przypadków.

Bibliografia podstawowa:

Wydział Inżynierii Zarządzania

1. Daszkowska M. Usługi. Produkcja, rynek, marketing Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 1998
2. Gilmore A. Usługi - marketing i zarządzanie PWE Warszawa 2006
3. Payne A. Marketing usług PWE Warszawa 1997
4. Pr.zb. pod red. Styś A. Marketing usług PWE Warszawa 2003
5. Sławińska M Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym PWE Warszawa 2002
6. Sławińska M., Urbanowska-Sojkin E. Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem handlowym Akademia Ekonomiczna Poznań 2001
7. Sławińska M., Mikołajczyk J. Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym. Zadania i studia przypadków Akademia Ekonomiczna Poznań 2003
8. Rogoziński K., Nicholls R. Marketing usług na przykładach Akademia Ekonomiczna Poznań 2001

Bibliografia uzupełniająca: