

| <b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>   |  |   |
|---|--|---|
| Nazwa modułu/przedmiotu<br><b>Zarządzanie asortymentem</b>  |  | Kod<br><b>1011102331011145027</b>   |
| Kierunek studiów<br><b>Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II</b>   | Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny)<br><b>ogólnoakademicki</b> | Rok / Semestr<br><b>2 / 3</b>   |
| Ścieżka obieralności/specjalność<br><b>Zarządzanie zasobami i marketingiem</b>  | Przedmiot oferowany w języku:<br><b>polski</b>                               | Kurs (obligatoryjny/obieralny)<br><b>obieralny</b>  |
| Stopień studiów:<br><b>II stopień</b>   | Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna)<br><b>stacjonarna</b>             |   |
| Godziny<br>Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: -   |  | Liczba punktów<br><b>2</b>  |
| Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny)<br><b>inny</b>   |  | (ogólnouczelniany, z innego kierunku)<br><b>ogólnouczelniany</b>  |
| Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki<br><b>nauki społeczne</b>   |  | Podział ECTS (liczba i %)<br><b>2 100%</b>  |
| <b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b>  |  |   |
| dr inż. Marek Goliński<br>email: marek.golinski@put.poznan.pl<br>tel. 616653403<br>Wydział Inżynierii Zarządzania<br>ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań   |  |   |
| <b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>  |  |   |
| 1   | <b>Wiedza:</b>   | Posiada podstawową wiedzę z marketingu i z badań marketingowych   |
| 2   | <b>Umiejętności:</b>   | Potrafi zinterpretować i opisać czynniki wpływające na rynkowy mechanizm kształtowania się oferty asortymentowej przedsiębiorstwa |
| 3   | <b>Kompetencje społeczne</b>   | Potrafi analizować i efektywnie wykorzystywać narzędzia marketingowe mające wpływ na działalność przedsiębiorstwa.                |
| <b>Cel przedmiotu:</b>  |  |   |
| Poznanie znaczenia kształtowania asortymentu w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, poznanie metod i technik zarządzania asortymentem.   |  |   |
| <b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>   |  |   |
| <b>Wiedza:</b>  |  |   |
| 1. Posiada wiedzę o znaczeniu i wzajemnych powiązaniach oferty asortymentowej w marketingu mix. - [K2A_W01]<br>2. Zna i rozumie sposoby funkcjonowania techniki i narzędzi kształtujących ofertę asortymentową przedsiębiorstwa. - [K2A_W08]<br>3. Zna podstawową terminologię odnoszącą się do kształtowania asortymentu, wartości, innowacyjności i kreatywności. - [K2A_W01]<br>4. Posiada wiedzę na temat techniki i metod badawczych wykorzystywanych w kształtowaniu asortymentu. - [K2A_W09]<br>5. Posiada wiedzę na temat strategii marketingowych wykorzystywanych z zarządzaniu asortymentem. - [K2A_W05] |  |   |
| <b>Umiejętności:</b>  |  |   |
| 1. Umie określić czynniki rynkowe mające wpływ na kształtowanie asortymentu - [K2A_U01]<br>2. Potrafi dokonać klasyfikacji produktów oraz określić wartość oferty asortymentowej dla grupy docelowych odbiorców. - [K2A_U02]<br>3. Potrafi dokonać ekonomicznej oceny podjętych decyzji w zakresie kształtowania asortymentu. - [K2A_U04]<br>4. Potrafi zastosować techniki i metody służące kreatywnym i innowacyjnym sposobom rozwoju oferty asortymentowej. - [K2A_U06]<br>5. Umie zastosować techniki i metod badawcze służące rozwojowi i weryfikacji nowej oferty asortymentowej na rynek. - [K2A_U07]        |  |   |
| <b>Kompetencje społeczne:</b>   |  |   |

1. Potrafi zastosować w życiu zawodowym i osobistym umiejętność postępowania kreatywnego i innowacyjnego. - [K2A\_K05]
2. Ma świadomość istotności decyzji z obszaru zarządzania nowymi produktami i ich wpływu na zachowania nabywców. - [K2A\_K03]
3. Potrafi w sposób świadomy i efektywny wykorzystywać nowoczesne technologie teleinformatyczne zarówno na potrzeby zawodowym, jak i w życiu prywatnym - [K2A\_K06]

### Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia

**Ocena formująca:**

krótkie dyskusje sprawdzające efektywność procesu kształcenia, dostosowujące nauczanie do poziomu studentów, a studentom ukazujące zakres opanowanego materiału w ramach Zarządzanie asortymentem.

**Ocena podsumowująca:**

kolokwium zaliczające, trwające ok. 60 min. zawierające pytania teoretyczne wymagające potwierdzenia przykładem, kolokwium odbywa się zazwyczaj w 14 tygodniu semestru.

### Treści programowe

Proces doboru i optymalizacji asortymentu. Charakterystyka linii asortymentowych. Produkt jako element marketingu mix. Kształtowanie jakości produktów. Pozycjonowanie oferty asortymentowej. Kształtowanie asortymentu w oparciu o analizę rynku. Rozpoznanie i kreowanie wartości produktów dla nabywcy. Marka i opakowanie w kształtowaniu asortymentu. Charakterystyka i planowanie głębokości i szerokości asortymentu.

**METODY DYDAKTYCZNE**

Wykład konwersatoryjny

Praca z książką,

Wykorzystanie czasopism branżowych ? aktualna problematyka, przykłady

Omówienie przypadków adekwatnych do prezentowanych treści ? case study

**Literatura podstawowa:**

1. Rutkowski I., Strategie produktu. Koncepcje i metody zarządzania ofertą produktową, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2011
2. Mantura W., Marketing przedsiębiorstw przemysłowych, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2000
3. Metody innowacji produktu Rutkowski Ireneusz P., Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2016
4. Goliński M., Zarządzanie nowymi produktami, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012

**Literatura uzupełniająca:**

1. Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji., Warszawa, 2008
2. Ergonomia produktu: ergonomiczne zasady projektowania produktów, pod red. Jana Jabłońskiego, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2006

### Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

| Czynność                               | Czas (godz.) |
|--|--------------|
| 1. Wykład                              | 15           |
| 2. Przygotowanie do zaliczenia wykładu | 25           |
| 3. Konsultacje                         | 10           |
| 4. Zaliczenie końcowe                  | 2            |

### Obciążenie pracą studenta

| forma aktywności  | godzin | ECTS |
|---|--------|------|
| Łączny nakład pracy                                       | 52     | 2    |
| Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem | 27     | 1    |
| Zajęcia o charakterze praktycznym                         | 0      | 0    |