



<p>1. Potrafi opisać i analizować zjawiska ekonomiczne, prawne, kulturowe i społeczne dotyczące marketingu w handlu i usługach. - [K1A_U01]</p> <p>2. Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk w MwHiU - [K1A_U02]</p> <p>3. Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy marketingu w handlu i usługach występujące w zarządzaniu przedsiębiorstwem. - [K1A_U03]</p> <p>4. Potrafi prognozować procesy i zjawiska z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi MwHiU - [K1A_U04]</p> <p>5. Umie podejmować decyzje dotyczące rozwiązań w zakresie marketingu mix stosowanego w marketingu w handlu i usługach. - [K1A_U06]</p> <p>6. Umie wykorzystać metody i instrumenty marketingu w handlu i usługach do rozwiązywania problemów. - [K1A_U07]</p> <p>7. Posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych związanych z MwHiU - [K1A_U08]</p>
<p><b>Kompetencje społeczne:</b></p> <p>1. Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie marketingu w handlu i usługach - [K1A_K01]</p> <p>2. Ma świadomość znaczenia marketingu w handlu i usługach dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych i gospodarczych. - [K1A_K03]</p> <p>3. Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w grupach i organizacjach prowadzących działania marketingowe w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych. - [K1A_K02]</p> <p>4. Ma świadomość znaczenia etyki w marketingu w handlu i usługach. - [K1A_K04]</p>

<b>Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia</b>	
<p>Ocena formująca:</p> <p>a/ w zakresie ćwiczeń: (1) na podstawie kolokwium - ocena indywidualna(2) na podstawie prezentacji podsumowującej rezultaty prac zespołowych. Ocena końcowa - średnia z dwóch ocen częściowych.</p> <p>b/ w zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego w trakcie poprzednich zajęć.</p> <p>Ocena podsumowująca: test zaliczeniowy.</p>	
<b>Treści programowe</b>	
<p>-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 usługi, 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.</p> <p>Metody dydaktyczne: wykłady informacyjne i problemowe, rozwiązywanie studiów przypadków, odgrywanie ról (techniki sprzedaży), ćwiczenia audytoryjne.</p>	
<p><b>Literatura podstawowa:</b></p> <p>1. Usługi - marketing i zarządzanie, Gilmore A., , PWE, Warszawa, 2006</p> <p>2. Marketing usług, Payne A., , PWE, Warszawa, 1997</p> <p>3. Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem handlowym, Sławińska M., Urbanowska-Sojkin E., , Akademia Ekonomiczna, Poznań, 2001</p> <p>4. Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym. Zadania i studia przypadków, Sławińska M., Mikołajczyk J., , Akademia Ekonomiczna, Poznań, 2003</p> <p>5. Marketing usług na przykładach, Rogoziński K., Nicholls R., , Akademia Ekonomiczna, Poznań, 2001</p>	
<p><b>Literatura uzupełniająca:</b></p> <p>1. Marketing usług, Pr zb. pod red. A.Styś, PWE, Warszawa, 2003</p> <p>2. Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym, Sławińska M., , PWE, Warszawa, 2002</p> <p>3. Usługi. Produkcja, rynek, marketing, Daszkowska M. , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1998</p>	
<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>	
Czynność	Czas (godz.)
1. wykład	10
2. ćwiczenia	10
3. konsultacje	10
4. test zaliczeniowy	1
5. praca własna studenta	59

<b>Obciążenie pracą studenta</b>		
<b>forma aktywności</b>	<b>godzin</b>	<b>ECTS</b>
Łączny nakład pracy	90	4
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	31	2
Zajęcia o charakterze praktycznym	10	1