

KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA		
Nazwa modułu/przedmiotu Marketing usług logistycznych		Kod 1011102311011147637
Kierunek studiów Logistyka - studia stacjonarne II stopnia	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) (brak)	Rok / Semestr 1 / 1
Ścieżka obieralności/specjalność Logistyka przedsiębiorstwa	Przedmiot oferowany w języku: polski	Kurs (obligatoryjny/obieralny) obligatoryjny
Stopień studiów: II stopień	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) stacjonarna	
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty/seminaria: 15		Liczba punktów 4
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) (brak)		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) (brak)
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki		Podział ECTS (liczba i %)
Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:		
dr inż. Mariusz Branowski email: mariusz.branowski@put.poznan.pl tel. 616653395 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań		dr inż. Halina Portalska email: halina.portalska@put.poznan.pl tel. 616653403 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:		
1	Wiedza:	Ma podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu marketingu w systemie nauk, w gospodarce i w przedsiębiorstwie; zna podstawową terminologię i zakres przedmiotowy marketingu; zna i rozumie podstawowe działania, metody i instrumenty marketingowe; ma podstawową wiedzę o rynkowych aspektach marketingu.
2	Umiejętności:	Potrafi opisać i analizować zjawiska ekonomiczne i społeczne dotyczące marketingu krajowego. Umie wykorzystywać metody i instrumenty marketingu krajowego do rozwiązywania problemów. Umie podejmować decyzje dotyczące rozwiązań w zakresie marketingu mix. Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy marketingu krajowego występujące w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
3	Kompetencje społeczne	Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie marketingu. Ma świadomość znaczenia marketingu dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych i gospodarczych. Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w grupach i organizacjach prowadzących działania marketingowe. Ma świadomość znaczenia etyki w marketingu.
Cel przedmiotu:		
-Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie pojęć, zagadnień, prawidłowości i metod rozwiązywania problemów marketingu usług logistycznych.		
Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia		
Wiedza:		
1. Ma pogłębioną wiedzę z zakresu marketingu i jego powiązań z usługami logistycznymi - [K2A_W06] 2. Zna podstawowe pojęcia charakterystyczne w ramach studiowanego przedmiotu na kierunku logistyka - [K2A_W09] 3. Potrafi objaśnić szczegółowo metody, narzędzia i techniki charakterystyczne dla studiowanego przedmiotu na kierunku logistyka - [K2A_W13] 4. Potrafi scharakteryzować najlepsze praktyki dla danego przedmiotu związane z logistyką - [K2A_W18] 5. Ma podstawową wiedzę o cyklu życia produktu ? usługi logistycznej - [K2A_W20] 6. Potrafi scharakteryzować ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości - [K2A_W30] 7. Zna podstawowe formy indywidualnej przedsiębiorczości w działalności logistycznej - [K2A_W31]		
Umiejętności:		

<ol style="list-style-type: none">1. Potrafi porozumiewać się za pomocą właściwie dobranych środków w środowisku zawodowym oraz w innych środowiskach, w zakresie studiowanego przedmiotu - [K2A_U02]2. Potrafi przygotować i zaprezentować ustnie w języku polskim lub obcym omówienie problemu mieszczącego się w ramach studiowanego przedmiotu - [K2A_U04]3. Potrafi w ramach studiowanego przedmiotu realizować proces samokształcenia - [K2A_U05]4. Ma umiejętności językowe właściwe dla kierunku logistyka zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego - [K2A_U06]5. Potrafi projektować proces analizy w odniesieniu do problemu mieszczącego się w ramach studiowanego przedmiotu - [K2A_U09]6. Potrafi ocenić pod względem ekonomicznym wybrany, mieszczący się w ramach studiowanego przedmiotu problem - [K2A_U14]7. Potrafi wskazać możliwe usprawnienia w analizowanym systemie logistycznym - [K2A_U16]
Kompetencje społeczne:
<ol style="list-style-type: none">1. Jest wrażliwy na pozatechniczne aspekty i skutki działalności inżynierskiej, w tym jej wpływu na środowisko, i związanej z tym odpowiedzialności za podejmowane decyzje - [K2A_K02]2. Ma świadomość odpowiedzialności za pracę własną oraz gotowość podporządkowania się zasadom pracy w zespole i ponoszenia odpowiedzialności za wspólnie - [K2A_K03]3. Potrafi dostrzegać zależności przyczynowo skutkowe w realizacji postawionych celów i dokonywać gradacji istotności alternatywnych bądź konkurencyjnych zadań - [K2A_K04]4. Potrafi planować i zarządzać w sposób kreatywny przedsięwzięciami biznesowymi - [K2A_K06]5. Ma świadomość odpowiedzialności za formułowanie i przekazywanie społeczeństwu, w szczególności poprzez środki masowego przekazu, informacji i opinii dotyczących osiągnięć technicznych i innych w zakresie logistyki; podejmuje starania, aby przekazać informacje i opinie w sposób powszechnie zrozumiały, z zachowaniem obiektywizmu - [K2A_K07]

Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia
<p>Ocena formująca:</p> <p>a/ w zakresie ćwiczeń i projektów: (1) na podstawie oceny postępów w bieżącym rozwiązywaniu zadań, studiów przypadku, zadania projektowego itp. (2) na podstawie udziału i zaangażowania w zajęcia (3) na podstawie sprawdzianów wejściowych;</p> <p>b/ w zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego w trakcie poprzednich zajęć.</p> <p>Ocena podsumowująca:</p> <p>a/ w zakresie ćwiczeń i projektów: (1) kolokwium zaliczeniowe w formie testu wyboru zawierającego również zadania obliczeniowe; możliwe jest zwolnienie z tego kolokwium przy wysokiej ocenie formującej, (2) na podstawie zadania projektowego dot. strategii i programów marketingowych.</p> <p>b/ w zakresie wykładów: egzamin w formie testu wyboru z odpowiedziami, z których przynajmniej jedna jest poprawna, każde pytanie punktowane w skali od 0 do 1, egzamin jest zdany po uzyskaniu 51% punktów. Do egzaminu można przystąpić po zaliczeniu ćwiczeń i projektu.</p>
Treści programowe
<p>-Treści kształcenia (wykłady): Definicje i klasyfikacje usług logistycznych. Charakterystyka wybranych typów usług logistycznych (transportowe, spedycyjne, magazynowe, przewozy kurierskie, centra logistyczne, przewozy kombinowane itp.). Proces zakupu usług. Rynek usług logistycznych. Segmentacja klientów rynku usług logistycznych. Różnicowanie i pozycjonowanie usług logistycznych. Zarządzanie marketingiem usług logistycznych. Marketing tradycyjny i relacyjny w usługach logistycznych. Marketing mix usług logistycznych (modele 5P i 7P). Marketing wewnętrzny i interakcyjny w usługach logistycznych. Strategia produktu - usługi logistycznej. Cykl życia produktu - usługi logistycznej. Kreowanie nowych usług logistycznych. Dystrybucja usług logistycznych. Promocja usług logistycznych. Procesy i personel świadczący usługi logistyczne. Obsługa klientów. Jakość usług logistycznych. Przyszłość (tendencje rozwojowe) usług logistycznych.</p> <p>Treści kształcenia (ćwiczenia): Strategia rynkowa firm oferujących usługi logistyczne. Badania marketingowe i analiza rynku usług logistycznych. Segmentacja rynku. Różnicowanie i pozycjonowanie usług logistycznych. Marketing mix usług logistycznych: a/ projektowanie usług, b/ kalkulowanie cen, c/ dystrybucja i promocja.</p> <p>Treści kształcenia (projekt): projekt strategii marketingowej i wybranych programów marketingowych: produktowych (łącznie z procesem świadczenia usług), cenowych, dystrybucyjnych, promocyjnych, obsługi klienta (łącznie ze standardami tej obsługi), marketingu wewnętrznego, podnoszenia jakości itp. w firmie świadczącej usługi logistyczne.</p> <p>Metody dydaktyczne: wykłady informacyjne i problemowe, rozwiązywanie studiów przypadków, ćwiczenia audytoryjne, projekty strategii i programów marketingowych.</p>
Literatura podstawowa:
<ol style="list-style-type: none">1. Marketing usług logistycznych. Materiały dydaktyczne do wykładów i ćwiczeń, pod red. M. Branowskiego, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań, 20112. Dyczkowska J., Marketing usług logistycznych, wyd. Difin, Warszawa, 2014.3. Usługi logistyczne, Pr. zb. pod red. W. Rydzkowskiego, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 20114. Kompendium wiedzy o logistyce, Pr. zb. pod red. E. Gołembskiej, PWN, Warszawa, 2002

Literatura uzupełniająca:		
1. Marketing usług, Pr zb. pod red. A.Styś, PWE, Warszawa, 2003		
2. Marketing usług, Payne A., PWE, Warszawa, 1997		
3. Zarządzanie marketingowe na rynku usług transportowych. Rucińska D., Ruciński A., Wyszomirski O.: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2005.		
4. Rynek usług logistycznych. Red. M. Ciesielski. Difin, Warszawa 2005.		
5. Logistyka w Polsce. Raport 2011.Pr.zb. pod red. I.Fechnera i G.Szyszki, Biblioteka Logistyka, Poznań 2012		
Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta		
Czynność	Czas (godz.)	
1. wykłady	15	
2. ćwiczenia	15	
3. projekty	15	
4. konsultacje	4	
5. test	1	
6. praca własna studenta	70	
Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	120	4
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	60	2
Zajęcia o charakterze praktycznym	60	2