

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>Marketing w transporcie</b>		Kod <b>1010604311010611295</b>
Kierunek studiów <b>Transport</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>ogólnoakademicki</b>	Rok / Semestr <b>1 / 1</b>
Ścieżka obieralności/specjalność <b>-</b>	Przedmiot oferowany w języku: <b>polski</b>	Kurs (obligatoryjny/obieralny) <b>obligatoryjny</b>
Stopień studiów: <b>I stopień</b>	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) <b>niestacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>9</b> Ćwiczenia: <b>-</b> Laboratoria: <b>-</b> Projekty/seminaria: <b>-</b>		Liczba punktów <b>1</b>
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) <b>inny</b>		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) <b>ogólnouczelniany</b>
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki <b>nauki techniczne</b>		Podział ECTS (liczba i %) <b>1 100%</b>
<b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b>		
<p>dr inż. Hanna Sawicka            email: hanna.sawicka@put.poznan.pl            tel. +48 61 665 2249            Wydział Inżynierii Transportu            60-965 Poznań, ul. Piotrowo 3</p>		
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>		
1	<b>Wiedza:</b>	Student ma podstawową wiedzę na temat transportu, jego roli w gospodarce i społeczeństwie.
2	<b>Umiejętności:</b>	Student potrafi dokonywać interpretacji zjawisk zachodzących w organizacjach, formułować opinie, wyciągać wnioski.
3	<b>Kompetencje społeczne</b>	Student potrafi współpracować w grupie, wykazuje samodzielność w rozwiązywaniu problemów, zdobywaniu i doskonaleniu zdobytej wiedzy.
<b>Cel przedmiotu:</b>		
Zapoznanie z pojęciami dotyczącymi marketingu w transporcie, budowania skutecznej strategii marketingowej oraz jej wdrażania w przedsiębiorstwach transportowych.		
<b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>		
<b>Wiedza:</b>		
1. Student ma podstawową wiedzę dotyczącą zarządzania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości. - [T1A_W10]		
<b>Umiejętności:</b>		
1. Student potrafi dostrzec w procesie formułowania i rozwiązywania zadań z dziedziny inżynierii transportu również aspekty pozatransportowe, w szczególności kwestie społeczne, prawne i ekonomiczne. - [T1A_U05]		
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
1. Student rozumie, że w technice wiedza i umiejętności bardzo szybko stają się przestarzałe. - [T1A_K01]		
<b>Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia</b>		
Test posiadania wiadomości świadczących o znajomości: podstawowych pojęć marketingu, znaczenia marketingu w transporcie, jakości usług transportowych, budowania satysfakcji klienta, procesu zarządzania marketingowego, projektowania i opracowania planów marketingowych.		
<b>Treści programowe</b>		
1. Geneza i znaczenie marketingu. Pojęcie marketingu w transporcie. 2. Zarządzanie marketingowe. Koncepcja produktu (w tym usługi transportowej), produkcji, sprzedaży i marketingowa; rola marketingu w przedsiębiorstwie transportowym. 3. Budowanie satysfakcji klienta; wartość dodana produktów (w tym usług transportowych).		

4. Proces zarządzania marketingowego, projektowanie strategii i opracowanie planów marketingowych.		
<b>Literatura podstawowa:</b>		
1. Christopher M., H. Peck H.: Logistyka marketingowa, PWE, Warszawa, 2005.		
2. Kotler P.: Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Felberg, Warszawa, 1999.		
3. Rucińska D., Ruciński A., Wyszomirski O.: Zarządzanie marketingowe na rynku usług transportowych. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2005.		
4. Sawicka H.: Marketing w transporcie. Materiały wykładowe, Politechnika Poznańska		
5. Marketing i Rynek, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne		
6. www.marketingpower.com		
<b>Literatura uzupełniająca:</b>		
1. Attkorn J. (red.): Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków, 1993.		
2. Dyczkowska J.: Marketing usług logistycznych. Difin, Warszawa, 2014 (in Polish).		
<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>		
<b>Czynność</b>		<b>Czas (godz.)</b>
1. Przygotowanie do zajęć: wykłady.		3
2. Udział w zajęciach wg planu: wykłady.		9
3. Utrwalenie treści zajęć/ sprawozdania: wykłady.		3
4. Konsultacje: wykłady.		2
5. Przygotowanie do egzaminu/ zaliczenia: wykłady.		7
6. Udział w egzaminie/ zaliczeniu: wykłady.		1
<b>Obciążenie pracą studenta</b>		
<b>forma aktywności</b>	<b>godzin</b>	<b>ECTS</b>
Łączny nakład pracy	25	1
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	9	1
Zajęcia o charakterze praktycznym	0	0