



Przedmiot: MARKETING USŁUG FINANSOWYCH				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 8	Rok: 4	Wymiar godzin: 8	Punkty ECTS: 2
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: polski
Kierunek: Finanse i Bankowość			Tryb: niestacjonarne zaoczne	Rodzaj: jednolite magisterskie
Specjalność: PiDF				
Katedra: Katedra Podstaw Marketingu				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Anetta Pukas		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu

Program przedmiotu:

1. Specyfika marketingu usług finansowych i ubezpieczeniowych.
2. Rozwój wiedzy marketingowej w zakresie usług.
3. Popytowe i podażowe konsekwencje nietrwałego charakteru usług.
4. Marketing - mix w usługach - istniejące koncepcje.
5. Zachowania nabywców na rynku usług finansowych.
6. Implikacje charakterystyki usług finansowych i ubezpieczeniowych dla procesu zakupu.
7. Czynniki wpływające na zachowania nabywców usług finansowych.
8. Strategiczne i taktyczne decyzje marketingowe w sferze usług finansowych.
9. Konstrukcja strategii marketingowej w usługach.
10. Analiza i identyfikacja elementów otoczenia marketingowego firmy usługowej.
11. Specyfika wyboru rynku docelowego i pozycjonowania w sferze usług finansowych.
12. Rodzaje strategii marketingowych i ich zastosowanie w sferze usług finansowych.

Metody dydaktyczne:

wykład informacyjno-problemowy z wykorzystaniem prezentacji komputerowej .

Cele przedmiotu:

Celem kształcenia w zakresie przedmiotu „Marketing usług finansowych” jest przekazanie studentom wiedzy na temat specyfiki funkcji marketingowej realizowanej w przedsiębiorstwach usługowych. Szczegółowo zostaną przedstawione zasady oraz instrumenty realizujące orientację marketingową oraz przesłanki podejmowania właściwych decyzji marketingowych w przedsiębiorstwach sfery usług finansowych.

Warunki zaliczenia:

Zaliczenie materiału objętego tematyką wykładu w formie testu.

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. W Grzegorzyczyk „Marketing bankowy”, Wyd. Branta, Bydgoszcz-Łódź 2004
2. B. i W. Żurawik „Marketing usług finansowych”, PWN Warszawa 1999 i dalsze
3. L. Mazurkiewicz „Marketing bankowy”, Difin Warszawa 2002
4. J. Harasim, „Strategie marketingowe w bankowości detalicznej w Polsce”, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 2004

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. B. Nowotarska-Romaniak „Marketing usług ubezpieczeniowych”, PWE Warszawa 1996
2. M. Pluta-Olearnik „Marketing usług bankowych”, PWE Warszawa 1999
3. „Marketing usług” red. A Styś, PWE Warszawa 2003