

Nazwa przedmiotu: Reklama w biznesie				
Forma: Wykład	Godzin: 30 Semestr: 4 Rok: 2	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS 2	
Wydział: ZIF	Kierunek: Zarządzanie	Tryb: stacjonarny Rodzaj: licencjackie		
Specjalność: Zarządzanie w biznesie				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
dr	Katarzyna Olejczyk-Kita	kasia.olejczyk@poczta.onet.pl	713680657	824 / Z

1. Wymagania wstępne

Zaliczony przedmiot: marketing

2. Program przedmiotu

1. Istota marketingu, promocji i reklamy
2. Proces komunikowania się
3. Rodzaje reklamy
4. Kolor w reklamie
5. Etapy kampani reklamowej
6. Formy i środki reklamy
7. Agencje reklamowe
8. Marka w reklamie
9. Techniki kreatywne w konstrukcji reklamy -Matryca Rossitera-Percy'ego
10. Marketing na rynkach międzynarodowych

3. Metodyka zajęć

Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, dyskusja moderowana.

4. Cel dydaktyczny przedmiotu

Zapoznanie studentów z istotą reklamy jako narzędzia kształtowania wizerunku przedsiębiorstwa i zachęcania klientów do kupna produktów.

Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

1. Ph. Kotler „Marketing –podręcznik europejski”
2. J. Altkorn „Podstawy marketingu”
3. J. Woniczka "Efekt reklamy w systemie komunikacji marketingowej", Wydawnictwo UE we Wrocławiu 2009
4. M.R.Solomon "Zachowanie i zwyczaje konsumentów", Wydawnictwo One Press, Gliwice 2006

Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)

1. L.Rudnicki, Zachowania konsumentów na rynku, PWE, Warszawa 1999
2. J.Kall, R.Kłeczek, A.Sagan, Zarządzanie marką, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006
3. A.Gwiazda, Wprowadzenie do marketingu międzynarodowego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2000