

Nazwa przedmiotu: MARKETING				
Forma: Ćwiczenia	Godzin: 30 Semestr: 4 Rok: 2	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS	
Wydział: ZIF	Kierunek: Zarządzanie	Tryb: stacjonarny Rodzaj: licencjackie		
Specjalność:				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
dr	ksimz / katarzyna olejczyk - kita	kasia.olejczyk@poczta.onet.pl	3680651	813 Z

1. Wymagania wstępne

Zaliczony przedmiot: Podstawy Zarządzania

2. Program przedmiotu

Produkt
Cykl życia produktu
Analiza BCG
Marka
Segmentacja
Pozycjonowanie
Analiza ABC
Kampania reklamowa
Promocja uzupełniająca
Dystrybucja
Ceny

3. Metodyka zajęć

Zajęcia składają się z dwóch części:

1. wykład
2. ćwiczenia praktyczne rozwiązywane w grupach

4. Cel dydaktyczny przedmiotu

Poznanie zagadnień z zakresu podstaw marketingu i umiejętność zastosowania nabytej wiedzy w praktyce

Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

Prymon M.: Menedżerskie i społeczne aspekty współczesnego marketingu. Ekspert, Wrocław 1999
Michalski E.: Marketing. Podręcznik akademicki, PWE, Warszawa 2003
Altkorn J.: Podstawy marketingu
Kotler.Ph.: Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2005

Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)

L. Grabowski, I. Rutkowski, W. Wrzosek „Marketing”