



Przedmiot: Logistyka marketingowa				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 4	Rok: 2	Wymiar godzin: 18	Punkty ECTS: 6
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek: Zarządzanie i Marketing			Tryb: niestacjonarne zaoczne	Rodzaj: magisterskie
Specjalność: Zarządzanie marketingowe				
Katedra: Badań Marketingowych				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Paweł Waniowski		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu

Program przedmiotu:

1. Istota logistyki marketingowej i jej miejsce w zarządzaniu marketingowym
2. Uwarunkowania procesów logistycznych w przedsiębiorstwie
3. Zarządzanie logistyczne w sferze zaopatrzenia
4. Zarządzanie logistyczne sferą dystrybucji
5. Proces logistycznej obsługi klienta
6. Koszty i efektywność logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie
7. Systemy informatyczne wspomagające zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie
8. Zintegrowane systemy logistyczne w sferze zaopatrzenia i dystrybucji
9. Tendencje w rozwoju logistyki marketingowej w Polsce w kontekście integracji z Unią Europejską

Metody dydaktyczne:

wykład z elementami dyskusji

Cele przedmiotu:

przedstawienie studentom podstawowych problemów związanych z logistyką w sferze zaopatrzenia i zbytu. W związku z wyjątkowo ścisłym związkiem procesów logistycznych z innymi sferami zarządzania przedsiębiorstwem kolejne zagadnienia będą prezentowane na tle innych działań przedsiębiorstwa z uwzględnieniem najnowszych koncepcji oraz trendów rozwojowych sfery logistyki marketingowej

Warunki zaliczenia:

test zaliczeniowy

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

- M. Christopher, H. Peck: Logistyka marketingowa. PWE, Warszawa 2005
A. Czubała: Dystrybucja produktów. PWE, Warszawa 2001
D. Kempny: Logistyczna obsługa klienta. PWE, Warszawa 2001
T. Wojciechowski: Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem. Difin, Warszawa 2007

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

- R. Matwiejczuk: Zarządzanie marketingowo-logistyczne. Wartość i efektywność. C.H. Beck, Warszawa 2006
W. Szczepankiewicz: Obsługa logistyczna sektora handlu. Uwarunkowania i kierunki zmian. Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2002
J. Witkowski: Zarządzanie łańcuchem dostaw. PWE, Warszawa 2003