



<b>Przedmiot:</b> MARKETING USŁUG				
<b>Forma zajęć:</b> ćwiczenia	<b>Semestr:</b> 3	<b>Rok:</b> 2	<b>Wymiar godzin:</b> 8	<b>Punkty ECTS:</b>
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę	<b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy		<b>Język nauczania:</b> polski	
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie		<b>Tryb:</b> niestacjonarne zaoczne		<b>Rodzaj:</b> magisterskie
<b>Specjalność:</b> Marketing na rynkach krajowych i międzynarodowych, Public Relations				
<b>Katedra:</b> Katedra Podstaw Marketingu				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> dr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Anetta Pukas		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu

**Program przedmiotu:**

1. Usługa jako produkt marketingowy - charakterystyczne cechy usług - studium przypadku.
2. Proces podejmowania decyzji zakupowych w sferze usług.
3. Przykłady analizy czynników otoczenia marketingowego wpływających na przedsiębiorstwa sfery usług - studium przypadku.
4. Konstrukcja badania marketingowego w sferze usług - praca grupowa.
5. Struktura produktu usługowego i cykl życia usługi - wybrane przykłady.
6. Specyfika usługi a wybór kanałów dystrybucji.
7. Strategie cenowe w usługach.
6. Konstrukcja kampanii promocyjnej - studium przypadku.
7. Znaczenie personelu w tworzeniu oferty usługowej.

**Metody dydaktyczne:**

wykład informacyjno-problemowy z wykorzystaniem prezentacji komputerowej .

**Cele przedmiotu:**

Celem kształcenia w zakresie przedmiotu „Marketing usług” 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.

**Warunki zaliczenia:**

Zaliczenie materiału objętego tematyką wykładu w formie testu.

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

1. A. Czubała, A. Jonas, T. Smoleń, J. Wiktor, Marketing usług, Wolters Kluwer, Kraków 2006.
2. A. Gilmore, Usługi. Marketing i zarządzanie, PWE Warszawa 2006.
3. Marketing usług, [red.] A. Styś, PWE Warszawa 2003.
4. S. Flejterski, A. Panasiuk, J. Perenc, G. Rosa, Współczesna ekonomia usług, PWN Warszawa 2005.

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

1. A. Payne: Marketing usług. PWE, Warszawa 1996 i dalsze
2. M. Pluta –Olearnik: Marketing usług. PWE Warszawa 1995 i dalsze