**Nazwa przedmiotu:**

Marketing

**Koordynator przedmiotu:**

mgr Ewa Pietras

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Energetyka

**Grupa przedmiotów:**

Odnawiale Źródła i Przetwarzanie Energii

**Kod przedmiotu:**

NK332

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2009/2010

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 30h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

brak

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

Przyswojenie wybranych zagadnień z marketingu, związanych z różnymi formami aktywności firmy oraz prowadzoną przez nią polityką marketingową adresowaną zarówno do indywidualnego klienta, jak i do uczestników otoczenia korporacyjnego.

**Treści kształcenia:**

Treści merytoryczne przedmiotu: 1. Zasady i instrumenty działalności marketingowej przedsiębiorstwa 2. Adaptacja marketingu do nowej gospodarki 3. Budowanie wartości dla klienta, jego zadowolenia i przywiązania. 4. Strategiczne planowanie marketingowe. 5. Macierz BCG i GE, analiza SWOT. 6. Analiza rynku konsumenta i zachowań nabywców. 7. Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu. 8. Strategie konkurencji 9. Programowanie atrybutów produktu indywidualnego. 10. Strategie produktu i marki. 11. Różnicowanie i pozycjonowanie oferty rynkowej. 12. Promocja i reklama. 13. Etyka w marketingu. 14. Decyzje dystrybucyjne.

**Metody oceny:**

zaliczenie w formie odpowiedzi ustnej

**Egzamin:**

**Literatura:**

Zalecana literatura: Ph. Kotler, Marketing, Dom Wydawniczy REBIS, Warszawa 2005 Dodatkowe literatura:  K.Podstawka, Marketing Menedżerski, WWZ, 2008  G.Sikorski, Sabotaż w dziale obsługi klienta, Wyd. HELION  Materiały dostarczone przez wykładowcę

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe