

MARKETING I USŁUGI

Kierunek:	ZARZĄDZANIE - Studia stacjonarne I stopnia
Jednostka prowadząca:	Katedra Marketingu
Osoby odpowiedzialne:	Dr hab. Augustyna Burlita Dr Krzysztof Błoński Dr Mateusz Wiścicki
Wymiar godzin specjalności:	210 h

Proponowana specjalność koncentruje się na zagadnieniach funkcjonowania rynku usług oraz współczesnych form i narzędzi marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem usługowym. Polska gospodarka, podobnie jak gospodarki rozwiniętych krajów UE, aspiruje do modelu gospodarki opartej na usługach, w której popyt na specjalistów z zakresu zarządzania działalnością usługową z dodatkową znajomością technologii informacyjnych będzie rosło.

Program specjalności koncentruje się na takich umiejętnościach jak:

- analiza rynku usług,
- badania marketingowe na rynku usług,
- funkcjonowanie branżowych rynków usług,
- marketing usług
- komunikacja z otoczeniem przedsiębiorstwa usługowego,
- strategie marketingowe przedsiębiorstwa usługowego,
- obsługa klienta w usługach,
- analiza skuteczności i efektywności działań przedsiębiorstwa usługowego.

Profil absolwenta proponowanej specjalności: student posiada nie tylko wiedzę teoretyczną, ale będzie przygotowany do wykonywania praktycznych zadań w obszarze aplikacji marketingu w przedsiębiorstwie usługowym. Absolwent nabędzie umiejętności m.in. kompleksowej analizy rynku usług, planowania działalności usługowej, stosowania narzędzi marketingowych w przedsiębiorstwie usługowym oraz kontrolowania skuteczności i efektywności działań marketingowych w przedsiębiorstwie usługowym.

PRZYKŁADOWE ZAKRESY TEMATÓW PRAC DYPLOMOWYCH REALIZOWANYCH

W RAMACH SPECJALNOŚCI:

- Struktura podmiotowa rynku usług
- Struktura przedmiotowa rynku usług
- Konkurencja na rynku usług
- Usługi na jednolitym rynku europejskim
- Usługi na rynku wewnętrznym
- Organizacja przedsiębiorstwa usługowego
- Komunikacja z rynkiem przedsiębiorstwa usługowego
- Dystrybucja na rynku usług
- Kształtowanie oferty usługowej
- Usługi w rozwoju regionu
- Strategie marketingowe przedsiębiorstw usługowych
- Marketing relacji w firmie usługowej

PROGRAM SPECJALNOŚCI OBEJMUJE NASTĘPUJĄCE PRZEDMIOTY:

Lp.	Nazwa przedmiotu	Semestr	Liczba godzin (wykłady)	Forma zaliczenia
1	Ekonomika usług	IV	30	Zaliczenie na ocenę
2	Rynek usług	IV	30	Zaliczenie na ocenę
3	Marketing usług	IV	30	Zaliczenie na ocenę
4	Badania marketingowe	V	30	Zaliczenie na ocenę
5	Zarządzanie i planowanie marketingowe	V	30	Zaliczenie na ocenę
6	Zarządzanie relacjami z klientem	VI	30	Zaliczenie na ocenę
7	Komunikacja marketingowa	VI	30	Zaliczenie na ocenę
suma			210	