

ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Kierunek:	ZARZĄDZANIE - Studia stacjonarne I stopnia
Jednostka prowadząca:	Katedra Marketingu przy współpracy z Katedrą Organizacji i Zarządzania
Osoby odpowiedzialne:	dr hab. Augustyna Burlita dr Magdalena Soboń dr Anna Pluta
Wymiar godzin specjalności:	210 h

Proponowana specjalność dotyczy współczesnych form i narzędzi marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem. Polska gospodarka zbliża się do modelu gospodarki opartej na wiedzy, w której zapotrzebowanie na specjalistów z zarządzania i marketingu z dodatkową znajomością technologii informacyjnych będzie rosło.

Program specjalności koncentruje się na takich umiejętnościach jak:

- analiza rynku i badania marketingowe,
- planowanie marketingowe,
- analizowania różnych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku,
- prowadzenie skutecznej komunikacji z otoczeniem przedsiębiorstwa,
- wdrażanie strategii marketingowych,
- analiza skuteczności i efektywności działań przedsiębiorstwa na rynku.

Profil absolwenta proponowanej specjalności: student posiędzie nie tylko wiedzę teoretyczną, ale będzie przygotowany do wykonywania praktycznych zadań w obszarze zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie. Absolwent nabędzie umiejętności m.in. kompleksowej analizy rynku, planowania marketingowego, stosowania narzędzi marketingowych oraz kontrolowania skuteczności i efektywności działań przedsiębiorstwa na rynku.

PRZYKŁADOWE ZAKRESY TEMATÓW PRAC DYPLOMOWYCH REALIZOWANYCH W RAMACH SPECJALNOŚCI:

- analiza otoczenia przedsiębiorstwa
- analiza konkurencji
- zarządzanie portfelem produktów
- strategia marki
- projektowanie kanałów dystrybucji
- strategie cenowe
- kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa
- komunikacja masowa i interpersonalna
- wskaźniki marketingowe
- badanie efektywności marketingu
- zarządzanie wielokulturowością
- zarządzanie twórcze
- przywództwo w organizacji
- wdrażanie metod zarządzania
- zarządzanie zespołami pracowniczymi
- wykorzystanie narzędzi IT w zarządzaniu
- organizacja informacji na potrzeby zarządzania
- systemy wspomaganie zarządzania
- analiza projektów biznesowych
- budowa i analiza biznes planów
- analiza potencjału przedsiębiorstwa

PROGRAM SPECJALNOŚCI OBEJMUJE NASTĘPUJĄCE PRZEDMIOTY:

Lp.	Nazwa przedmiotu	Semestr	Liczba godzin (wykłady)	Forma zaliczenia:
1.	Metody pozyskiwania i przetwarzania informacji rynkowej	IV	15	Zal. na ocenę - pisemnie
2.	Planowanie marketingowe	IV	15	Zal. na ocenę - pisemnie
3.	Zarządzanie twórcze	IV	15	Zal. na ocenę - pisemnie
4.	Zarządzanie pracą zespołową	V	30	Zal. na ocenę - pisemnie
5.	Obsługa klienta	V	15	Zal. na ocenę - pisemnie
6.	Zarządzanie - studia przypadków	V	30	Zal. na ocenę - pisemnie
7.	Zarządzanie sprzedażą	V	15	Zal. na ocenę - pisemnie
8.	Zarządzanie komunikacją i autoprezentacja	VI	30	Zal. na ocenę - pisemnie
9.	Nowoczesne technologie w marketingu	VI	15	Zal. na ocenę - pisemnie
10.	Kontrola marketingowa	VI	30	Zal. na ocenę - pisemnie
Suma			210	