

Tytuł Podstawy marketingu	Kod 10102554110105201431
Kierunek Zarządzanie i inżynieria produkcji - studia niestacjonarne II	Rok / Semestr 1 / 1
Specjalność -	Przedmiot obowiązkowy
Godziny Wykłady: 12 Ćwiczenia: 8 Laboratoria: - Projekty / semina: -	Liczba punktów 3
	Język prowadzenia przedmiotu polski

Prowadzący:

prof. dr hab. inż. W. Mantura
Katedra Marketingu i Sterowania Ekonomicznego
Wydział Inżynierii Zarządzania, ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań
Tel. (0-61) 665 3374, fax: (0-61) 665 3375
e-mail: wladyslaw.mantura@put.poznan.pl

Wydział:

Wydział Budowy Maszyn i Zarządzania
ul. Piotrowo 3
60-965 Poznań
tel. (061) 665-2361, fax. (061) 665-2363
e-mail: office_dmef@put.poznan.pl

Miejsce przedmiotu w programie studiów:

Przedmiot obowiązkowy na kierunku Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

Założenia i cele przedmiotu:

Celem przedmiotu jest opanowanie wiedzy i nabycie umiejętności rozwiązywania problemów wynikających z działalności przedsiębiorstw w otoczeniu rynkowym

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Program przedmiotu obejmuje następujące zagadnienia: Geneza, przedmiot zadania i odmiany marketingu. Regulacyjny mechanizm rynkowy. Konkurencja i zachowania nabywców. Kompozycja elementów marketingu. Marketingowe kształtowanie produktu i asortymentu produkcji. Ekonomiczne aspekty produktu.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Podstawowa wiedza z ekonomii oraz nauk organizacji i zarządzania

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Wykład

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Test pisemny

Bibliografia podstawowa:

1. Kotler P Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation and Control. 8 th Ed. Prince-Hall, Inc 1994
2. Mantura W., Branowski M Marketing w zarządzaniu przedsiębiorstwem przemysłowym Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej 1992
3. 3. Przybyłowski K. Hartley S.W., Kerin S.A. Rudelius W Marketing Dom Wydawniczy ABC 1998

Bibliografia uzupełniająca: