



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Marketing usług logistycznych

Przedmiot

Kierunek studiów

Logistyka

Studia w zakresie (specjalność)

Systemy logistyczne

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

1/1

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

angielski

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

15

Ćwiczenia

15

Laboratoria

Projekty/seminaria

15

Inne (np. online)

Liczba punktów ECTS

4

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr inż. Mariusz Branowski

email: mariusz.branowski@put.poznan.pl

tel. 602 747 242

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. Jacka Rychlewskiego 2

60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

Wymagania wstępne



Student posiada podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu marketingu w systemie nauk, w gospodarce i w przedsiębiorstwie; zna podstawową terminologię i zakres przedmiotowy marketingu; zna i rozumie podstawowe działania, metody i instrumenty marketingowe; ma podstawową wiedzę o rynkowych aspektach marketingu.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie pojęć, zagadnień, prawidłowości i metod rozwiązywania problemów marketingu usług logistycznych.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Zna zależności rządzące w danym obszarze oraz ich powiązania z logistyką [P7S_WG_01].
2. Zna rozszerzone pojęcia dla logistyki i jej zagadnień szczegółowych i zarządzania łańcuchem dostaw [P7S_WG_05].
3. Zna rozszerzone zagadnienia z zakresu cyklu życia systemów społeczno-technicznych (systemów logistycznych) oraz cyklu życia produktów przemysłowych [P7S_WG_06].
4. Zna szczegółowe metody, narzędzia i techniki charakterystyczne dla studiowanego przedmiotu na kierunku logistyka [P7S_WK_01].
5. Zna uwarunkowania funkcjonowania firm, jako uczestników procesów logistycznych oraz strategię ich funkcjonowania [P7S_WK_02].
6. Zna najlepsze praktyki w ramach logistyki i jej zagadnień szczegółowych [P7S_WK_04].

Umiejętności

1. Potrafi zgromadzić w oparciu o literaturę przedmiotu oraz inne źródła (w języku polskim i angielskim) i w uporządkowany sposób przedstawić informacje dotyczące problemu mieszczącego się w ramach logistyki i jej zagadnień szczegółowych oraz zarządzania łańcuchem dostaw [P7S-UW_01].
2. Potrafi porozumiewać się za pomocą właściwie dobranych środków w środowisku zawodowym oraz w innych środowiskach w ramach logistyki i jej zagadnień szczegółowych oraz zarządzania łańcuchem dostaw [P7S_UW_02].
3. Potrafi dokonać krytycznej analizy rozwiązań technicznych zastosowanych w analizowanym systemie logistycznym (w szczególności w odniesieniu do urządzeń, obiektów i procesów) [P7S_UW_04].
4. Potrafi zaprojektować przy użyciu właściwych metod i technik obiekt, system lub proces logistyczny i proces z nim powiązany wraz z określeniem ścieżki jego realizacji i potencjalnych zagrożeń lub ograniczeń w tym zakresie [P7S_UW_05].
5. Potrafi zaprojektować za pomocą właściwie dobranych środków eksperyment, proces analizy lub badanie naukowe rozwiązujące problem mieszczący się w ramach logistyki i jej zagadnień szczegółowych oraz zarządzania łańcuchem dostaw [P7S_UK_01].



6. Potrafi przygotować w języku polskim i języku angielskim na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego dobrze udokumentowane opracowanie problemów z zakresu logistyki [P7S_UK_02].

7. Potrafi identyfikować zmiany wymagań, standardów, przepisów, postępu technicznego i rzeczywistości rynku pracy, i na ich podstawie określać potrzeby uzupełniania wiedzy własnej i innych [P7S_UU_01].

Kompetencje społeczne

1. Dostrzega zależności przyczynowo-skutkowe w realizacji postawionych celów i dokonywać gradacji istotności alternatywnych bądź konkurencyjnych zadań [P7S_KK_01].

2. Potrafi planować i zarządzać w sposób kreatywny przedsięwzięciami biznesowymi [P7S_KO_01].

3. Ma świadomość odpowiedzialności za pracę własną oraz gotowość podporządkowania się zasadom pracy w zespole i ponoszenia odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania [P7S_KR_01].

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wiedza nabyta w ramach wykładu jest weryfikowana przez 60-minutowe kolokwium realizowane na ostatnim wykładzie. Kolokwium składa się z pytań (testowych i otwartych), każde pytanie punktowane od 0 do 1. Próg zaliczeniowy: 50% punktów. Zagadnienia zaliczeniowe, na podstawie których opracowywane są pytania zostaną przesłane studentom drogą mailową z wykorzystaniem systemu uczelnianej poczty elektronicznej. Studenci otrzymują tą samą drogą przykładowe testy wraz z poprawnymi odpowiedziami.

Wiedza nabyta w ramach ćwiczeń i projektów jest weryfikowana przez: (1)kolokwium zaliczeniowe w formie testu wyboru zawierającego również zadania obliczeniowe; możliwe jest zwolnienie z tego kolokwium przy wysokiej ocenie formującej, (2)na podstawie zadania projektowego dot. strategii i programów marketingowych.

Treści programowe

Treści programowe (wykłady): Definicje i klasyfikacje usług logistycznych (UL). Outsourcing UL (modele 2-4 PL). Charakterystyka wybranych typów UL (transportowe, spedycyjne, magazynowe, przewozy kurierskie, centra logistyczne, przewozy kombinowane itp.). Usługi logistyki międzynarodowej (spedytorzy międzynarodowi, agenci celni, przedsiębiorstwa składowe, operatorzy logistyczni). Proces zakupu usług. Rynek UL. Segmentacja klientów na rynku usług logistycznych. Różnicowanie i pozycjonowanie usług logistycznych. Zarządzanie marketingiem usług logistycznych. Strategie konkurowania na rynku UL Marketing tradycyjny i relacyjny w UL. Marketing mix usług logistycznych (modele 5P i 7P). Marketing wewnętrzny i interakcyjny w usługach logistycznych. Strategia produktu - usługi logistycznej. Cykl życia produktu - usługi logistycznej. Kreowanie nowych usług logistycznych. Dystrybucja usług logistycznych. Promocja usług logistycznych. Procesy i personel świadczący usługi



logistyczne. Obsługa przedtransakcyjna, transakcyjna i potransakcyjna klientów. Standaryzacja obsługi klientów. Jakość usług logistycznych. Podstawy marketingu relacyjnego UL. Przyszłość (tendencje rozwojowe) usług logistycznych.

Treści programowe (ćwiczenia): Strategia rynkowa firm oferujących usługi logistyczne. Badania marketingowe i analiza rynku usług logistycznych. Segmentacja rynku. Różnicowanie i pozycjonowanie usług logistycznych. Marketing mix usług logistycznych: a/ projektowanie usług, b/ kalkulowanie cen, c/ dystrybucja i promocja.

Treści programowe (projekt): projekt strategii marketingowej i wybranych programów marketingowych: produktowych (łącznie z procesem świadczenia usług), cenowych, dystrybucyjnych, promocyjnych, obsługi klienta (łącznie ze standardami tej obsługi), marketingu wewnętrznego, podnoszenia jakości itp. w firmie świadczącej usługi logistyczne.

Metody dydaktyczne

Wykłady informacyjne i problemowe (wsparte prezentacjami multimedialnymi), rozwiązywanie studiów przypadków, ćwiczenia audytoryjne, projekty strategii i programów marketingowych.

Literatura

Podstawowa

1. Marketing usług logistycznych. Materiały dydaktyczne do wykładów i ćwiczeń , pod red. M. Branowskiego, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2011
2. Marketing usług logistycznych, pod red. G.Rosy, M.Jedlińskiego, U.Chraćol-Barczyk, Wyd. Beck, Warszawa, 2017
3. Dyczkowska J., Marketing usług logistycznych, Wyd. Difin, Warszawa, 2014
3. Usługi logistyczne, Pr. zb. pod red. W.Rydzkowskiego, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2011
4. Kompendium wiedzy o logistyce, Pr. zb. pod red. E.Gołębskiej, PWN, Warszawa, 2010

Uzupełniająca

1. Marketing usług, Pr zb. pod red. A.Styś, PWE, Warszawa, 2003
2. Marketing usług, Payne A., PWE, Warszawa, 1997
3. Zarządzanie marketingowe na rynku usług transportowych. Rucińska D., Ruciński A., Wyszomirski O.: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2005.
4. Rynek usług logistycznych. Red. M. Ciesielski. Difin, Warszawa 2005.



Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	100	4,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	45 (15W,15C,15P)	2,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium, wykonanie projektu) ¹	55	2,0

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności