

B2B Marketing - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	B2B Marketing
Kod przedmiotu	06.9-WM-ZiIP-IJ-ANG-D-24_17
Wydział	Wydział Mechaniczny
Kierunek	Management and Production Engineering
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	angielski
Sylabus opracował	prof. dr hab. inż. Justyna Patalas-Maliszewska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	-	-	Egzamin
Projekt	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

The main goal is to receive the knowledge of the B2B marketing model.

Wymagania wstępne

Fundamentals of marketing, Customer relationship management

Zakres tematyczny

The lecture covers the following issues: introduction to B2B systems, technologies in B2B solutions, purchase implementation in the B2B model, auction and bidding model, B2B market pillars, examples of B2B marketing solutions. As part of the project, students will design a B2B marketing application model for a selected manufacturing enterprise. The project will include the use of B2B marketing tools to manage the company's marketing strategy. As part of the project, students will use an IT tool, such as the SAP CRM module.

Metody kształcenia

Lecture: a conventional lecture

The project: project

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbol efekty	Metody weryfikacji	Forma zajęć
The student is able to obtain, integrate and interpret knowledge, draw conclusions and formulate opinions on the basis of catalogue entries issued by manufacturers of appliances, advertising material, information obtained from literature, databases and other modern means of communication, which relate to issues of mechanical engineering and management methods in this field.	K_U04	- kolokwium - projekt	Projekt
The student is able to choose the relevant modules and use integrated management information systems.	K_U12	- kolokwium - projekt	Projekt
The student is able to think and act both creatively and entrepreneurially.	K_K06	projekt	Projekt
The student has knowledge of development trends and new developments in management, information technology, manufacturing engineering.	K_W16	egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	Wykład

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
The student has an orderly, theoretical knowledge of computer-aided management in an enterprise.	K_W09	egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	Wykład

Warunki zaliczenia

Lecture: graded credit. The rating is issued based on a written exam covering the verification of the knowledge of the issues from the curriculum.

Project: graded credit. The rating is determined based on the results of the test - evaluation of skills related to the performance of project tasks.

Assessment: 50% Lecture, 50% Project.

Literatura podstawowa

1. Patalas-Maliszewska J., 2017, Methods and Tools for the knowledge Management in Manufacturing Companies, University of Zielona Góra
2. Hutt M., Speh T., 2013, Business Marketing Management, Cengage Learning EMEA

<!-- right infos--><!-- product img-->

Literatura uzupełniająca

Uwagi

Zmodyfikowane przez prof. dr hab. inż. Justyna Patalas-Maliszewska (ostatnia modyfikacja: 19-09-2018 11:44)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ