

B2B Marketing - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	B2B Marketing
Kod przedmiotu	06.9-WM-ZIP-ZL-D-21
Wydział	Wydział Mechaniczny
Kierunek	Zarządzanie i inżynieria produkcji
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2017/2018

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
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	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Projekt	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Głównym celem jest poznanie modelu B2B marketing.

Wymagania wstępne

Podstawy marketingu, Zarządzanie relacjami z klientami

Zakres tematyczny

Wykad obejmuje następujące zagadnienia: wprowadzenie do systemów typu B2B, technologie w rozwiązaniach B2B, realizacja zakupów w modelu B2B - model katalogowy, model aukcyjno-przetargowy, filary rynku B2B, przykady rozwiąza B2B marketing.

W ramach projektu studenci bd projektowali model zastosowania B2B marketing dla wybranego przedsiębiorstwa produkcyjnego. Projekt bdzie obejmowa zastosowanie narzędzia B2B marketing do zarządzania strategii marketingow firmy. W ramach projektu studenci bd korzystali z narzędzia informatycznego, np. moduu CRM systemu SAP.

Metody kształcenia

Wykład konwencjonalny. Projekt.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę w zakresie komputerowego wspomagania w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	K_W09	egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	Wykład
Ma wiedzę o trendach rozwojowych i nowych osiągnięciach z zakresu zarządzania, informatyki, inżynierii produkcji.	K_W16	egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	Wykład
Potrafi pozyskiwać, integrować, interpretować, wyciągać wnioski oraz formułować opinie na podstawie: not katalogowych producentów urządzeń, materiałów reklamowych, informacji pozyskanych z literatury, baz danych oraz innych nowoczesnych środków przekazu informacji, które przedstawione są w języku polskim, angielskim i dotyczą zagadnień inżynierii mechanicznej oraz metod zarządzania w tym obszarze.	K_U04	- kolokwium - projekt	Projekt
Potrafi dokonać wyboru właściwych modułów oraz korzystać ze zintegrowanych systemów informatycznych zarządzania.	K_U12	- kolokwium - projekt	Projekt
Potrafi myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy.	K_K06	projekt	Projekt

Warunki zaliczenia

Wykład: zaliczenie na ocenę

Ocena wystawiana na podstawie egzaminu pisemnego obejmującego weryfikację znajomości przedmiotowych zagadnień (K_W09, K_W16).

Projekt: zaliczenie na ocenę, kolokwium pisemne - ocena umiejętności związanych z realizacją zadań projektowych (K_U04, KU12).

Ocena: 50%W, 50% projekt

.

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

Literatura uzupełniająca

Uwagi

Zmodyfikowane przez prof. dr hab. inż. Justyna Patalas-Maliszewska (ostatnia modyfikacja: 02-06-2017 10:46)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ