

B2B Marketing - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	B2B Marketing
Kod przedmiotu	06.9-WM-ZIP-IJ-D-24
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	4
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	Egzamin
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

Wykład 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, przykłady rozwiązań B2B marketing.

W ramach projektu studenci będą projektowali model zastosowania B2B marketing dla wybranego przedsiębiorstwa produkcyjnego. Projekt będzie obejmował zastosowanie narzędzia B2B marketing do zarządzania strategią marketingową firmy. W ramach projektu studenci będą korzystali z narzędzia informatycznego, np. modułu CRM systemu SAP.

Metody kształcenia

Wykład konwencyonalny. Projekt.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania 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

Wykad: zaliczenie na ocen

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

Projekt: zaliczenie na ocen, 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

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

Literatura uzupełniająca

Uwagi

Zmodyfikowane przez prof. dr hab. inż. Justyna Patalas-Maliszewska (ostatnia modyfikacja: 02-06-2017 10:39)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ