

Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu

Prowadzący								
Przedmiot	Marketing usług logistycznych							
Moduł	O	Punkty ECTS	5	Sygnatura programu studiów	L/2024/SM/S/P - L/2024/SM/N/P			
Kierunek		Specjalność			Rok akademicki			
LOGISTYKA		Menadżer transportu / Menadżer łańcucha dostaw						
Semestr		III		Rok studiów		2		
Forma studiów		Stacjonarne			Niestacjonarne			
Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt
Liczba godzin	14	14			9	9		
RAZEM	28			18				
Cel przedmiotu	Celem kursu jest przekazanie studentom wiedzy i umiejętności z zakresu marketingu usług logistycznych, ze szczególnym uwzględnieniem analizy rynku, projektowania strategii oraz zarządzania procesami logistycznymi. Kurs rozwija zdolność integrowania narzędzi marketingowych i logistycznych w praktyce gospodarczej.							
Minimalna wiedza wymagana od studenta przed rozpoczęciem zajęć								
Podstawowa wiedza z zakresu logistyki, zarządzania oraz marketingu (poziom studiów I stopnia), w tym znajomość podstawowych pojęć dotyczących rynku, przedsiębiorstwa i procesów logistycznych.								
Zalecana literatura do przestudiowania przed rozpoczęciem zajęć								
Nowacka A., Nowacki R. 2004: Podstawy marketingu, wyd. Difin, Warszawa.								
PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ (PEU)					KEU	METODY OCENY		
	KOD	FORMA			KOD	KOD	FORMA	
WIEDZA	W01	Posiada pogłębioną wiedzę umożliwiającą identyfikację, analizę oraz ocenę ekonomicznych, marketingowych i organizacyjnych uwarunkowań funkcjonowania usług			K2_W01_L_P	MO2	Egzamin pisemny w formie	
	W02	Zna wybrane metody i narzędzia projektowania procesów oraz systemów logistycznych, a także metody podejmowania decyzji i techniki wykorzystywane w planowaniu działalności			K2_W05_L_P	MO4	Egzamin pisemny w formie	
UMIEJĘTNOŚCI	U01	Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów oraz dobrać właściwe metody i narzędzia do identyfikacji, analizy i interpretacji problemów występujących w działalności logistycznej			K2_U01_L_P	MO6	Kolokwium pisemne w formie testu	
	U02	Potrafi inicjować, planować i zarządzać projektami logistycznymi oraz formułować strategie marketingowe i logistyczne przedsiębiorstw działających na rynkach krajowych i międzynarodowych.			K2_U03_L_P	MO11	Zaliczenie sprawozdania	
	U03	Potrafi identyfikować kierunki rozwoju przedsiębiorstw logistycznych oraz analizować trendy zachodzące na rynku usług logistycznych.			K2_U06_L_P	MO13	zaliczenie referatów, prac	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K01	Jest przygotowany do współpracy przy realizacji projektów gospodarczych, uwzględniając aspekty prawne, ekonomiczne, techniczne i środowiskowe, oraz ponosi odpowiedzialność za podejmowane decyzje.			K2_K05_L_P	MO15	Ocena aktywności na zajęciach	
Treści merytoryczne przedmiotu	Wykład	Istota i znaczenie marketingu usług logistycznych, Rynek usług logistycznych – struktura, uczestnicy, trendy, Zachowania klientów na rynku usług logistycznych, Segmentacja rynku i wybór rynku docelowego, Marketing mix w usługach logistycznych (7P), Budowanie wartości i jakości usług logistycznych, Strategie marketingowe przedsiębiorstw logistycznych, Branding i wizerunek firm logistycznych, Marketing relacji i zarządzanie klientem (CRM w logistyce), Digital marketing i nowe technologie w marketingu logistycznym						
	Ćwiczenia	Analiza rynku usług logistycznych – studium przypadku, Identyfikacja potrzeb klientów usług logistycznych, Opracowanie segmentacji rynku dla firmy logistycznej, Projekt marketing mix dla operatora logistycznego, Ocena jakości usług logistycznych (SERVQUAL), Analiza strategii marketingowych wybranych firm logistycznych, Kreowanie marki firmy logistycznej, Projekt kampanii marketingowej dla usług logistycznych, Analiza relacji z klientem i narzędzi CRM, Ocena trendów rynkowych i ich wpływu na marketing logistyczny						
	Laboratoria							

	Projekty	
Metody dydaktyczne	KOD	FORMA
	MD2	Wykład informacyjny z zastosowaniem technik multimedialnych
	MD16	Ćwiczenia – rozwiązywanie zadań i problemów
	MD19	Metoda demonstracyjno-ćwiczeniowa
Literatura obowiązkowa	1	Grabowski L. (red.) 2022: Marketing. Kluczowe pojęcia i praktyczne zastosowania, red. I w t., Warszawa
	2	Michalski E. 2017: Marketing. Podręcznik akademicki, wyd. PWN, Warszawa.
	3	Katajezak-Mrozek M. i in. 2016: Podstawy marketingu. zadania i studia przypadków, wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań
Literatura uzupełniająca	1	Haake-Lopes L., i in. 2015: Marketing międzynarodowy. Studia przypadków i zadania, wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań
	2	
Warunki zaliczenia przedmiotu		
<p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu Marketing usług logistycznych są: obecność i aktywność na zajęciach (wykład, ćwiczenia), oddanie prac kontrolnych (ćwiczenia). Na ocenę końcową składa się: ocena z wykładu-egzaminu (40%) oraz ocena ćwiczeń (60%)</p>		