

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Logistyka marketingowa

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim:

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Przedmiot dla jednostki: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Cykl dydaktyczny: Semestr letni 2020/2021

Koordinator przedmiotu cyklu: dr Urszula Widelska

Domyślny tryb protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie z oceną¹

Skrócony opis:

Przedmiot obejmuje zagadnienia z zakresu logistyki marketingowej, z uwzględnieniem różnych aspektów zarządzania tą sferą aktywności. Przedmiot kształtuje umiejętność pozyskiwania danych oraz analizy konkretnych procesów i zjawisk marketingowych w logistyce, przydatnych z punktu widzenia kadry menedżerskiej wyższego szczebla.

Opis:

Celem przedmiotu jest:

C1-W - uzyskanie pogłębionej wiedzy w zakresie istoty logistyki marketingowej jako narzędzia zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie.

C2- W – uzyskanie pogłębionej wiedzy z zakresu powiązań i zależności występujących pomiędzy logistyką a marketingiem z uwzględnieniem perspektywy przedsiębiorstwa i klienta

C3-W – uzyskanie wiedzy na temat kosztów i efektywności logistyki marketingowej

C4- U – rozwijanie umiejętności optymalizacji decyzji dotyczących sfery logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie

C5-K - rozwijanie świadomości znaczenia logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie w przedsiębiorstwie oraz konieczności doskonalenia tego procesu.

Literatura:

Literatura obowiązkowa:

1. G. Biesok, Logistyka usług, CeDeWu Warszawa, 2013 (dostępne w bibliotece PWSliP, katalog Koha)
2. A. Łapko, N. Wagner, Logistyka dystrybucji: trendy, wyzwania, przykłady, CeDeWu Warszawa, 2019 (dostępne w bibliotece PWSliP, katalog Koha)

Literatura uzupełniająca:

1. D. Rojek, Marketing i logistyka – razem skuteczniej, Zeszyty Naukowe UNIwersytetu PRZYRODNICZO-HUMANISTYCZNEGO w SIEDLCACH Nr 90 Seria: Administracja i Zarządzanie 2011 (http://www.tstefaniuk.uph.edu.pl/zeszyty/archiwalne/90-2011_8.pdf)
2. L. Worobjow, Koncepcja zarządzania logistyczno-marketingowego: uwarunkowania i etapy opracowania, ZESZYTY NAUKOWE POLITYKI EUROPEJSKIE, FINANSE I MARKETING, Nr 3 (52) 2010 (dokument elektroniczny, http://sj.wne.sggw.pl/pdf/PEFIM_2010_n52_s243.pdf)
3. S. Kauf, Orientacja marketingowa i logistyczna w zarządzaniu regionem, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole, 2009 (dostępne w bibliotece PWSliP, katalog Koha)

Efekty uczenia się:

1_W – student zna pojęcie oraz proces logistyki marketingowej (K_W01, K_W02, K_W04, K_W05, K_W10)

2_W – student rozumie zależności pomiędzy logistyką a marketingiem (K_W01, K_W02, K_W10)

3_W – student zna koszty i determinanty logistyki marketingowej (K_W02, K_W04, K_W05, K_W10)

1_U – student dokonuje poprawnej oceny procesów zachodzących w obszarze logistyki marketingowej. (K_U01, K_U03, K_U05, K_U08)

2_U – student potrafi zaimplementować metody pomiaru efektywności logistyki marketingowej w praktyce gospodarczej (K_U01, K_U03, K_U05, K_U08)

1_K - student identyfikuje problemy przedsiębiorstwa z obszaru logistyki marketingowej i wskazuje prawdopodobne możliwości ich rozwiązania (K_K02, K_K04, K_K05)

¹ Właściwe zostawić.

Metody i kryteria oceniania:
Wykład: egzamin w formie testu na platformie Moodle (50% oceny ogólnej) Ćwiczenia: - wykonywanie case studies oraz zadań z obszaru logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie (40% oceny ogólnej) - aktywność w czasie zajęć (10% oceny ogólnej)
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się:
- zaliczenie w formie testu na platformie Moodle (K_W01, K_W02, K_W04, K_W05, K_W10) - realizacja zadań problemowych (K_U01, K_U03, K_U05, K_U08, K_K02, K_K04, K_K05) - aktywność w czasie zajęć (K02, K_K04, K_K05)
Wskaźniki ilościowe:
Studia dzienne 1. Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela - udział w wykładach – 30 godz. - udział w ćwiczeniach – 30 godz. - udział w teście zaliczeniowym (w tym w sesji poprawkowej) - 4 godz. Razem liczba godz.: 64; punkty ECTS: 2,56 Liczba godz. niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela: - przygotowanie do wykładu – 10 godz. - przygotowanie do ćwiczeń – 15 godz. - przygotowanie do realizacji zadań oraz case studies – 8 godz. - przygotowywanie prezentacji rozwiązań w ramach zadań problemowych – 8 godz. - zebranie materiałów i pozyskanie informacji niezbędnych do realizacji zadań problemowych i case studies – 7 godz. - przygotowanie do testu zaliczeniowego – 8 godz. Razem liczba godz. 56; punkty ECTS 2,24 Łącznie: liczba godzin 120 Punkty ECTS za przedmiot: 4,8 – rzeczywisty nakład pracy studenta został w programie studiów zaokrąglony zgodnie z zasadą matematyczną i wynosi 5
Uwagi:

Szczegóły zajęć i grup

Wykład (30²)

Zakres tematów zajęć:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Istota logistyki marketingowej. 2. Funkcje i cele logistyki marketingowej. 3. Organizacja logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie. 4. Proces logistyki marketingowej. 5. Zależności pomiędzy marketingiem a logistyką. 6. Zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania procesu zarządzania logistyką w przedsiębiorstwie. 7. Zarządzanie logistyczne sferą dystrybucji. 8. Zarządzanie produktem a logistyka marketingowa. 9. Komunikacja a logistyka marketingowa. 10. Tendencje rozwoju logistyki marketingowej.
Metody dydaktyczne:
Wykład ze wspomaganiami prezentacji multimedialnej, z elementami moderowanej dyskusji

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

Prowadzący grupy:

² Proszę wpisać właściwą liczbę godzin realizowaną w semestrze.

Ćwiczenia (30²)

Zakres tematów zajęć:

1. Miejsce logistyki marketingowej w działalności przedsiębiorstwa
2. Uwarunkowania procesów logistyki marketingowej z punktu widzenia przedsiębiorstwa.
3. Logistyka marketingowa a proces podejmowania decyzji strategicznych w odniesieniu do klientów.
4. Logistyka marketingowa a relacje z klientami.
5. Determinanty procesu zarządzania logistyką marketingową w przedsiębiorstwie.
6. Pomiar efektywności działań w zakresie logistyki marketingowej.
7. Planowanie działań w zakresie logistyki marketingowej.
8. Kontrola działań w zakresie logistyki marketingowej.
9. Logistyka marketingowa a CRM
10. Optymalizacja procesów w zakresie logistyki marketingowej.

Metody dydaktyczne:

Rozwiązywanie zadań problemowych oraz case studies z zakresu logistyki marketingowej

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

Prowadzący grupy:

dr Urszula Widelska ⁴

Grupa numer 2

Prowadzący grupy:

tytuł naukowy, imię i nazwisko prowadzącego

Grupa numer 3

Prowadzący grupy:

tytuł naukowy, imię i nazwisko prowadzącego

Punkty przedmiotu w cyklach:

Typ punktów	Liczba
ECTS	5

³ Dane nauczyciela akademickiego prowadzącego wykład.

⁴ Dane nauczyciela akademickiego prowadzącego ćwiczenia.