

PODSTAWY MARKETINGU

zagadnienia na kolokwium

Ekonomia I st., III rok, st. stacjonarne (2019/20)

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Istota i funkcje marketingu.2. Instrumenty marketingu – marketing mix (4P).3. Cechy usług i instrumenty marketing usług (5P, 7P).4. Pojęcie i znaczenie marki (dla konsumentów i właścicieli marki).5. Pozycjonowanie marki – istota, kryteria pozycjonowania.6. Cechy dobrej nazwy marki.7. Procedura rozwoju nowych produktów.8. Cykl życia produktu (istota cyklu życia, etapy, możliwe działania w poszczególnych fazach).9. Istota jakości produktu / usługi.10. Cechy podstawowych instrumentów promocji (reklama, promocja sprzedaży, <i>public relations</i>, sponsorowanie, sprzedaż osobista / bezpośrednia).11. Wpływanie na postawy odbiorców reklamy – model AIDA. | <ol style="list-style-type: none">12. Rola i elementy <i>briefu</i> kreatywnego.13. Podstawowe media reklamy:<ul style="list-style-type: none">– ATL – tradycyjne media reklamy (TV, radio, prasa codzienna, magazyny, kino, reklama zewnętrzna / <i>out-of-home advertising</i> – głównie billboardy, Internet – podstawowe formy reklamy)– BTL – pozostałe media i nośniki reklamy, a nawet działania wykraczające poza typową reklamę (np. ulotki, gadżety reklamowe, reklama ambientowa, marketing szeptany)14. Istota i zalety public relations (PR).15. Główne środki oddziaływania / instrumenty PR.16. Istota oraz wady i zalety promocji sprzedaży.17. Podstawowe instrumenty promocji sprzedaży (promocji konsumenckiej i promocji detalisty).18. Istota i rodzaje kanałów dystrybucji.19. Istota dystrybucji fizycznej / logistyki marketingowej.20. Koszty dystrybucji fizycznej. |
|--|--|

Powodzenia!

Literatura:

Proszę na przykład korzystać z:

- materiałów z moich wykładów dostępnych na moim profilu na UMCS:
<https://www.umcs.pl/pl/adres-book-employee,721,pl.html> hasło: marketing,
- materiałów z wykładów dr I. Bondos
- polecanych na początku semestru podręcznikach.