E-konsultacje: poniedziałek 11.15-12.45, środa 9.45-11.15

E-mail: mekalkatarzyna@umcs.lublin.pl

1. Zajęcia organizacyjne
2. Marketing-wprowadzenie, podstawowe pojęcia
3. Produkt
	* Struktura produktu
	* Cykl życia produktu
	* Analiza portfelowa na przykładzie macierzy BCG
	* Marka produktu
4. Strategie cenowe i strategie dystrybucji
5. Strategie promocji. Promotion-mix (reklama, PR, promocja sprzedaży, sprzedaż osobista, marketing bezpośredni)
6. Analiza SWOT
7. Kolokwium
8. Ewentualna poprawa (45 min zajęć)

Elementy składowe oceny:

* + Punkty z kolokwium
	+ Punkty za pracę na zajęciach
	+ Obecność

LITERATURA:

1. **G. Armstrong, Ph. Kotler: „Marketing: wprowadzenie”, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 2012 (wybrane zagadnienia)**
2. **Ph. Kotler, K. L. Keller: „Marketing”, Rebis, Poznań 2012 (wybrane zagadnienia)**
3. H. Mruk: „Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012
4. G. Sobczyk: „Marketing na rynku dóbr i usług” Innovatio Press WN WSEI w Lublinie, Lublin 2013
5. Red. A. Czubała: „Podstawy marketingu”, Warszawa 2012 (IBUK PWN UMCS)