

Menedżer produktu

KATEDRA MARKETINGU



Menedżer produktu – przedmioty

S	Przedmiot	Osoba prowadząca	Łącznie	WY	CA	KW	
SEMESTR ZIMOWY	Współczesne trendy konsumenckie	dr Zenon Pokojski dr Kalina Grzesiuk	45	30	15	X	
	Jakościowe badania marketingowe	dr Monika Ratajczyk	30	15	X	15	
	Innowacje i rozwój nowych produktów	dr Ilona Bondos	45	15	30	X	
	Zarządzanie asortymentem i merchandising	dr Robert Lembrych-Furtak	30	15	15	X	
SEMESTR LETNI	Komunikacja i identyfikacja wizualna produktu	dr Robert Lembrych-Furtak	45	15	30	X	
	Dystrybucja i polityka cen produktów	dr Ilona Bondos	60	30	30	X	
	E-marketing i social media	dr Olga Smalej mgr Natalia Buczyńska-Pizoń	45	30	X	15	

$$300 = 150 \text{ WY} + 120 \text{ CA} + 30 \text{ KW}$$



Współczesne trendy konsumenckie:

- globalizacja konsumpcji i stylów życia
- konsumpcjonizm – religia XXI wieku?
- zmiany w zachowaniach konsumentów na początku XXI wieku
- najnowsze trendy konsumenckie
- zrównoważona konsumpcja – realny trend czy utopijna mrzonka?
- technologie cyfrowe i wirtualne a zachowania konsumentów
- budowa wartości klienta w marketingu relacji
- prosumpcja konsumentów
- marketing doświadczeń.

:: dr Zenon Pokojski; dr Kalina Grzesiuk



:: dr Monika Ratajczyk

Jakościowe badania marketingowe:

- badania jakościowe w zarządzaniu produktem
- przygotowywanie narzędzia badawczego
- rekrutacja uczestników badania
- wywiady pogłębione
- obserwacje
- techniki projekcyjne
- analiza danych jakościowych
- opracowywanie wyników badań / raportu z badań jakościowych
- przyszłość jakościowych badań marketingowych (badania jakościowe online, big data, design thinking, badania semiotyczne).

Innowacje i rozwój nowych produktów:

- istota i rodzaje innowacji
- nowy produktu – analiza porażek i sukcesów
- poziomy produktu i kształtowanie przewagi rynkowej
- model dyfuzji innowacji
- wybrane metody badawcze w procesie innowacyjnym
- etap selekcji pomysłów i wejścia na rynek z nowym produktem
- zmienność działań marketingowych na przestrzeni cyklu życia produktu
- istota analiz portfelowych
- istota pracy na stanowisku menedżera produktu.

:: dr Ilona Bondos



dr Robert Lembrych-Furtak

Zarządzanie asortymentem i merchandising:

- istota asortymentu produktów / portfela produktów / product mix
- asortyment produkcyjny a asortyment handlowy
- hierarchia i cechy asortymentu
- zarządzanie kategorią produktową
- modyfikowanie szerokości i głębokości asortymentu
- architektura marki
- merchandising producenta a merchandising handlowy
- ogólne zasady poruszania się klientów po sklepie
- ogólne zasady ekspozycji produktów na półce
- planogram.



No one grows Ketchup like Heinz.

Komunikacja i identyfikacja wizualna produktu:

- komunikacja formalna i nieformalna
- modele komunikacji marketingowej
- planowanie komunikacji marketingowej
- instrumenty komunikacji formalnej
- psychologiczne mechanizmy oddziaływania reklamy
- planowanie kampanii reklamowych
- tradycyjne i nowoczesne media reklamy
- kolor i kompozycja obrazu
- system identyfikacji wizualnej (SIW)
- logo
- typografia
- design produktu jako element SIW.

:: dr Robert Lembrych-Furtak



UMCS



:: dr Ilona Bondos

Dystrybucja i polityka cen produktów:

- cena jako narzędzie marketingowe
- istota postrzeganej wartości i unikanie pułapki utowarowienia oferty
- metody ustalania cen
- różnicowanie cen
- wybrane strategie cenowe
- cena w cyklu życia produktu
- wojny i zmowy cenowe
- rola pośredników w kanale dystrybucji
- intensywność dystrybucji
- wielokanałowość a omnikanałowość
- kształtowanie doświadczeń klienta w środowisku wielokanałowym.



E-marketing i social media:

- specyfika Internetu jako obszaru działalności marketingowej przedsiębiorstwa
- e-mail marketing
- content marketing i marketing wirusowy
- marketing w mediach społecznościowych i marketing mobilny
- monitoring mediów i analiza sentymentu
- influencer marketing i real-time marketing
- istota i narzędzia e-commerce
- analiza skuteczności marketingu internetowego.



Your like can lead you into
DANGER

Use your like wisely
Issued in interest of facebookfans

Idea specjalności

Dostarczenie wiedzy i umiejętności niezbędnych do samodzielnego zarządzania produktem.

IDEA SPECJALNOŚCI

Są to np. umiejętności niezbędne w: planowaniu nowych produktów, kreowaniu marki, wyborze kanałów dystrybucji, kształtowaniu doświadczeń klienta, planowaniu skutecznych form promocji.

Przygotowanie do pełnienia funkcji zarządczych na różnych szczeblach (m.in. na stanowisku brand managera i menedżera produktu).

Przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.



:: omnichannel

:: focus

:: big idea

:: SEM

:: corporate identity

:: merchandising

:: content marketing

:: branding

:: PSM

:: display advertising

:: ambient

:: showrooming

:: brief

:: design thinking

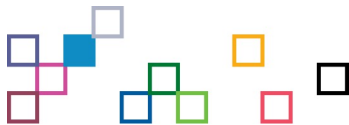
:: social media

:: storytelling

:: viral

:: guerrilla marketing

:: SIW





:: ZAPRASZAMY :: ZAPRASZAMY :: ZAPRASZAMY

Miljoonien
makuun.

A bunch of five yellow bananas is arranged to form a thumbs-up gesture. The bananas are curved and stacked, with the thumb pointing upwards. A small Chiquita logo is visible on one of the bananas.

Se aito banaanimaku

The Chiquita logo, featuring a stylized banana and the word "Chiquita" in a blue oval.

:: Katedra Marketingu



UMCS