

Przedmiot:

Marketing start-upów

- zasady współpracy

Cele kursu

Zdobycie następujących umiejętności:

- Swobodne posługiwanie się aparatem pojęciowym z zakresu marketingu.
- Znajomość specyfiki działalności marketingowej start-upów.
- Znajomość elementów marketing-mixu.
- Umiejętność prowadzenia analiz działalności marketingowej podmiotów gospodarczych.

Program

- W1. Marketing start-upów – wprowadzenie
- W2. Podstawy informacyjne kształtowania relacji z klientami
- W3. Analiza rynku - branża chemiczna, farmaceutyczna i biotechnologie
- W4. Polityka produktowa start-upów
- W5. Polityka cenowa start-upów
- W6. Modele dystrybucji w start-upach
- W7. System komunikacji start-upów

Literatura

(1) Kotler P., Keller K., *Marketing*,
REBIS, Poznań 2017.

(2) Materiały wykładowe.



Materiały do pobrania – slajdy z wykładów



Strefa edukacyjna

O NAS ARTYKUŁY STREFA EDUKACYJNA

ARTYKUŁY 8 października 2017 - by koniunktura

Jak uzdrowić finanse publiczne?

Artykuły

- 01 | Jak uzdrowić finanse publiczne?
- 02 | Ekonomia solidarności

Przydatne linki

GUS

NBP

OECD

EUROSTAT

Warunki zaliczenia

1. Test zaliczeniowy 20 - 25 pytań [70 pkt.]
2. Projekt grupowy pt.: *Marketing w firmie XYZ** [30 pkt.]

**firmy z branży chemicznej, farmaceutycznej lub biotechnologii*

Oceny

Liczba punktów	Ocena
91 – 100	5,0
81 – 90	4,5
71 – 80	4,0
61 – 70	3,5
51 – 60	3,0