



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt współfinansowany przez
Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu
Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Marketing start-upów		13.3.0757	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Faculty of Economics			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	wszystkie
Wydział Chemii	Biznes chemiczny	forma	wszystkie
		moduł	wszystkie
		specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
prof. UG, dr hab. Marek Szczepaniec			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		3	
Wykład, Ćw. audytoryjne		zajęcia 45 godz.	
Sposób realizacji zajęć		konsultacje 5 godz.	
zajęcia w sali dydaktycznej		praca własna studenta 25 godz.	
Liczba godzin		RAZEM: 75 godz. - 3 ECTS	
Ćw. audytoryjne: 30 godz., Wykład: 15 godz.			
Cykl dydaktyczny			
2018/2019 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza danych rynkowych Case studies Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych Projekt grupowy - Wykład z prezentacją multimedialną		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		(1) Wykład - test, (2) Ćwiczenia – projekt grupowy; (1) Test jednokrotnego wyboru (20 pytań); (2) Projekt: Marketing w firmie XYZ. Praca grupowa (3-4 osoby) polegająca na analizie działań marketingowych wybranej firmy z branży chemicznej, farmaceutycznej lub biotechnologii.	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Znajomość terminologii marketingowej, znajomość specyfiki działalności marketingowej start-upów, znajomość elementów marketing-mixu; umiejętność oceny działalności marketingowej przedsiębiorstw.	
Sposób weryfikacji założonych efektów kształcenia			
Sposób weryfikacji przyswojenia wiedzy: Student poprawnie odpowiada na pytania obejmujące zagadnienia przedstawione w treściach programowych przedmiotu (K_BCh_W01, K_BCh_W08, BCh_W09, K_BCh_W12).			
Sposób weryfikacji nabycia umiejętności: Student prawidłowo przygotowuje opracowania dotyczące rozwoju marketingu w nowej firmie oraz analizuje i ocenia alternatywne rozwiązania problemów ekonomicznych (K_BCh_U11, K_BCh_U12).			
Sposób weryfikacji nabrania kompetencji społecznych: Student wykonując projekt współpracuje z pozostałymi członkami grupy, planuje kolejność wykonywania poszczególnych etapów pracy, weryfikuje informacje dostępne w różnych źródłach (K_BCh_K06).			
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi			
A. Wymagania formalne			

brak	
B. Wymagania wstępne brak	
Cele kształcenia Celem kształcenia jest wyposażenie studenta w wiedzę, umiejętności i kompetencje z zakresu marketingu start-upów.	
Treści programowe 1. MARKETING START-UPÓW – WPROWADZENIE Generowanie idei biznesu. Charakterystyka start-upów. 2. PODSTAWY INFORMACYJNE KSZTAŁTOWANIA RELACJI Z KLIENTAMI Analiza wartości relacji. Model optymalnej użyteczności produktów / usług. QSL Index: jakość - satysfakcja - lojalność. 3. ANALIZA RYNKU - BRANŻA CHEMICZNA, FARMACEUTYCZNA I BIOTECHNOLOGIE Liderzy rynku i ich wyniki finansowe. Specyfika potrzeb oraz zachowań klientów. Segmentacja klientów indywidualnych i biznesowych. Modele obsługi klientów indywidualnych i biznesowych. 4. POLITYKA PRODUKTOWA START-UPÓW Oferta produktowa. Cross-selling i up-selling. Rola marki w polityce produktowej. Dostosowanie oferty produktów i usług do potrzeb klientów. Polityka produktowa. 5. POLITYKA CENOWA START-UPÓW Strategie cenowe. Wpływ polityki cenowej na zachowania zakupowe i lojalność klientów. Modele różnicowania cen. 6. MODELE DYSTRYBUCJI W START-UPACH Modele dystrybucji. Kanały dystrybucji preferowane przez klientów. Polityka dystrybucji produktów przemysłu chemicznego i farmaceutycznego. 7. SYSTEM KOMUNIKACJI START-UPÓW Komunikacja marketingowa. Promocja produktów. Przekaz. Media. Skuteczność promocji.	
Wykaz literatury A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu): A.1. wykorzystywana podczas zajęć Materiały wykładowe (slajdy z wykładów plus case studies) A.2. studiowana samodzielnie przez studenta P. Kotler, Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, 2012. B. Literatura uzupełniająca A. Łopusiewicz, Start-up. Od pomysłu do sukcesu, Samo sedno, 2013.	
Efekty kształcenia (obszarowe i kierunkowe) K_BCh_W01 opisuje relacje między ekonomią i funkcjonowaniem przemysłu chemicznego. K_BCh_W08 wymienia i opisuje podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz korzystania z zasobów informacji patentowej. K_BCh_W09 opisuje zasady tworzenia oraz rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii. K_BCh_W12 ma podstawową wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury ekonomiczne w biznesie chemicznym oraz ma elementarną wiedzę o zasadach i motywach działania człowieka w tych strukturach. K_BCh_U11 wykorzystuje zdobytą wiedzę ekonomiczną w samodzielnym podejmowaniu działalności gospodarczej i rozstrzygania dylematów pracy zawodowej. K_BCh_U12 potrafi brać udział w analizach i ocenach alternatywnych rozwiązań problemów ekonomicznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać. K_BCh_K06 orientuje się w ogólnych zasadach tworzenia i funkcjonowania form indywidualnej przedsiębiorczości.	Wiedza Student po kursie swobodnie posługuje się aparatem pojęciowym z zakresu marketingu; zna cechy wyróżniające marketing start-upów oraz specyfikę marketingu przemysłowego (ze szczególnym uwzględnieniem branży chemicznej, farmaceutycznej i biotechnologii). Umiejętności Student potrafi prowadzić analizy działalności marketingowej różnych podmiotów gospodarczych z branży chemicznej, farmaceutycznej i biotechnologii. Student potrafi przygotować opracowania dotyczące rozwoju marketingu w nowej firmie. Kompetencje społeczne (postawy) Student potrafi efektywnie uczestniczyć w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych, dotyczących funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych.
Kontakt	

http://ug.edu.pl/pracownik/2832/marek_szczepaniec