

Nazwa w języku polskim: Marketing w transporcie i motoryzacji
Informacje ogólne
Nazwa w jęz. angielskim: Marketing in Transportation and Automotive

Dane dotyczące zajęć:
Information on course:

Jednostka oferująca: Wydział Transportu i Inżynierii Lotniczej // dr hab. inż. Katarzyna Turoń, prof. PŚ
Course offered by: Faculty of Transport and Aviation Engineering // Katarzyna Turoń PhD DSc Eng.

Język wykładowy:
polski
Language:
polish
Strona WWW: Course homepage:
Skrócony opis:
Przedmiot ma na celu przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu zastosowania marketingu w branży transportowej i motoryzacyjnej. Prezentuje marketing jako integralny element skutecznego działania gospodarczego, łącząc teorię z praktyką: od koncepcji produktu i usługi, przez analizę popytu i zachowań konsumentów, po zarządzanie sprzedażą i budowanie lojalności klienta. Omawiane są również marki luksusowe, zrównoważony rozwój oraz społeczna odpowiedzialność biznesu. Studenci zdobywają kompetencje w zakresie badań rynkowych, komunikacji marketingowej oraz tworzenia nowoczesnych strategii marketingowych. Treści ilustrowane są studiami przypadków z transportu drogowego, lotniczego, logistyki, nowej mobilności i motoryzacji.
Short description:
The course aims to provide students with knowledge and skills related to the application of marketing in the transport and automotive industries. It presents marketing as an integral component of effective business operations, bridging theory and practice: from product and service design, through demand and consumer behaviour analysis, to sales management and customer loyalty building. The curriculum also covers luxury brands, sustainable development, and corporate social responsibility. Students develop competences in market research, marketing communication, and the creation of modern marketing strategies. Course content is illustrated with case studies from road and air transport, logistics, new mobility, and the automotive sector.
Opis:
Treści programowe Wykład Założeniem przedmiotu jest nabycie przez studentów wiedzy i umiejętności związanych z zastosowaniem marketingu w szeroko rozumianej branży transportowej oraz motoryzacyjnej. Przedmiot ma na celu przedstawienie studentom marketingu nie tylko jako dziedziny naukowej, ale także jako niezbędnego elementu skutecznego działania gospodarczego. Podkreśli on integrację teorii marketingu z praktycznym zastosowaniem w różnorodnych sektorach transportu, z naciskiem na zarządzanie marketingowe od koncepcji produktu i usługi, po sprzedaż, analizę popytu i zachowań konsumentów. Przedmiot dostarczy umiejętności w zakresie analizy jakości i wartości dodanej produktów oraz usług, z szczególnym uwzględnieniem budowania zadowolenia i lojalności klienta w różnych formach transportu. Uwzględni też marketing marek luksusowych. Co więcej, pozwoli on także rozwijać kompetencje związane z zastosowaniem nowoczesnych narzędzi marketingowych oraz tworzeniem i wdrażaniem strategii marketingowych, które odpowiadają na współczesne wyzwania branż, w tym zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność biznesu. Pozwoli na nabycie przez studentów umiejętności przeprowadzania badań rynkowych i efektywnej komunikacji marketingowej. Podczas wykładu wykorzystane zostaną studia przypadków (m.in. w zakresie transportu drogowego, logistyki, nowej mobilności, transportu lotniczego czy motoryzacji) do zgłębiania realnych problemów i strategii marketingowych, co pomoże zrozumieć kluczowe czynniki wpływające na decyzje zakupowe na rynku transportowym i motoryzacyjnym. Wykład <ul style="list-style-type: none">• niestacjonarne: 18 h Liczba punktów ECTS: 2

Description:
<p>Lecture</p> <p>The objective of this course is to facilitate students' acquisition of knowledge and skills pertinent to the application of marketing principles within the extensively defined sectors of transportation and automotive industries. The course intends to present marketing not only as an academic discipline but also as an essential element of effective economic activity. It will emphasize the integration of marketing theory with practical application across various transportation sectors, focusing on marketing management from product and service conception, through sales, demand analysis, and consumer behavior. The course will provide skills in analyzing the quality and added value of products and services, with particular emphasis on building customer satisfaction and loyalty in various forms of transportation. It will also cover the marketing of luxury brands. Moreover, it will enable the development of competencies related to the use of modern marketing tools and the creation and implementation of marketing strategies that meet contemporary industry challenges, including sustainable development and corporate social responsibility. It will enable students to acquire skills in conducting market research and effective marketing communication. During the lectures, case studies will be used (including in road transport, logistics, new mobility, air transport, and the automotive sector) to explore real problems and marketing strategies, which will help understand the key factors influencing purchasing decisions in the transportation and automotive markets. Lecture:</p> <ul style="list-style-type: none"> • part-time studies: 18 h <p>Number of ECTS credits: 2</p>
Literatura:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive, Wiley John and Sons 2023. 2. Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley John and Sons 2021. 3. Kapferer, J.-N.; Bastien, V. The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands, Kogan Page 2012. 4. Candelo, E. Marketing Innovations in the Automotive Industry. Springer Nature Switzerland AG 2019. 5. Shaw, S. Airline Marketing and Management, Taylor&Francis 2011. 6. Martinez, I. Future of the Automotive Industry, APress, 2021.
Bibliography:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive, Wiley John and Sons 2023. 2. Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley John and Sons 2021. 3. Kapferer, J.-N.; Bastien, V. The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands, Kogan Page 2012. 4. Candelo, E. Marketing Innovations in the Automotive Industry. Springer Nature Switzerland AG 2019. 5. Shaw, S. Airline Marketing and Management, Taylor&Francis 2011. 6. Martinez, I. Future of the Automotive Industry, APress, 2021.
Efekty uczenia się:
<p>Wiedza: zna i rozumie podstawowe problemy współczesnej cywilizacji w odniesieniu do osiągnięć nauki i Techniki.</p> <p>Umiejętności: potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.</p> <p>Kompetencje społeczne: jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.</p>
Learning outcomes:
<p>Knowledge: knows and understands the basic problems of modern civilization in relation to the achievements of science and technology</p> <p>Skills: is able to independently plan and implement his own lifelong learning</p> <p>Social competence: is ready to critically evaluate the knowledge he possesses and the content he receives, to recognize the importance of knowledge in solving cognitive and practical problems, and to consult experts in case of difficulties in solving the problem independently.</p>
Metody i kryteria oceniania:
<p>Wykład</p> <p>Zaliczenie w formie testu wielokrotnego wyboru.</p> <p>Kryterium zaliczenia: minimum (50%+1) poprawnych odpowiedzi.</p>
Assessment methods and assessment criteria:
<p>Lecture</p> <p>Passing the course in the form of test. Criterion for passing the course minimum (50%+1) of correct answers.</p>

Dodatkowe informacje
Element of course groups in various terms:

Opis zajęć Course group description	
<u>zajęcia z bazy UBZO</u> <u>niestacjonarne</u> stopień studiów – dowolny kierunek studiów – dowolny, semestr dowolny elective courses part-time studies degree - any field of study - any semester - any	
cykl	2024/2025

**podkreślić właściwe*