

Specjalność Marketing

2023/2024

Kierownik specjalności

prof. dr hab.
Wojciech Grzegorzczak



Jeśli prawdą jest, że ...



„... w ciągu zaledwie 60 min tylko jedna porządnie z informatyzowana firma tworzy 167 razy więcej danych niż posiada cała Biblioteka Kongresu USA.”

Tomasz Misiak

„... w ciągu ostatnich lat czas tworzenia nowych produktów skrócił się prawie o połowę - z 42 do 24 miesięcy.”

Prof. Robert G. Cooper



... a jednocześnie ...



„... żyjemy w wieku krótkookresowych nieciągłości powodowanych przez nowe, radykalne technologie i idee.”

Prof. Piotr Płoszajski

„... czasy stabilności i przejrzystości to już przeszłość, a organizacje, w których pracujemy, są źródłem niejasności i paradoksu.”

Prof. Nigel Piercy



... to może warto pomyśleć, że ...



„W biznesie istnieją tylko dwie kluczowe funkcje – marketing i innowacje”

Prof. Peter Drucker

„Marketing to zarządzanie przyszłością biznesu”

Michał Medowski, Unilever



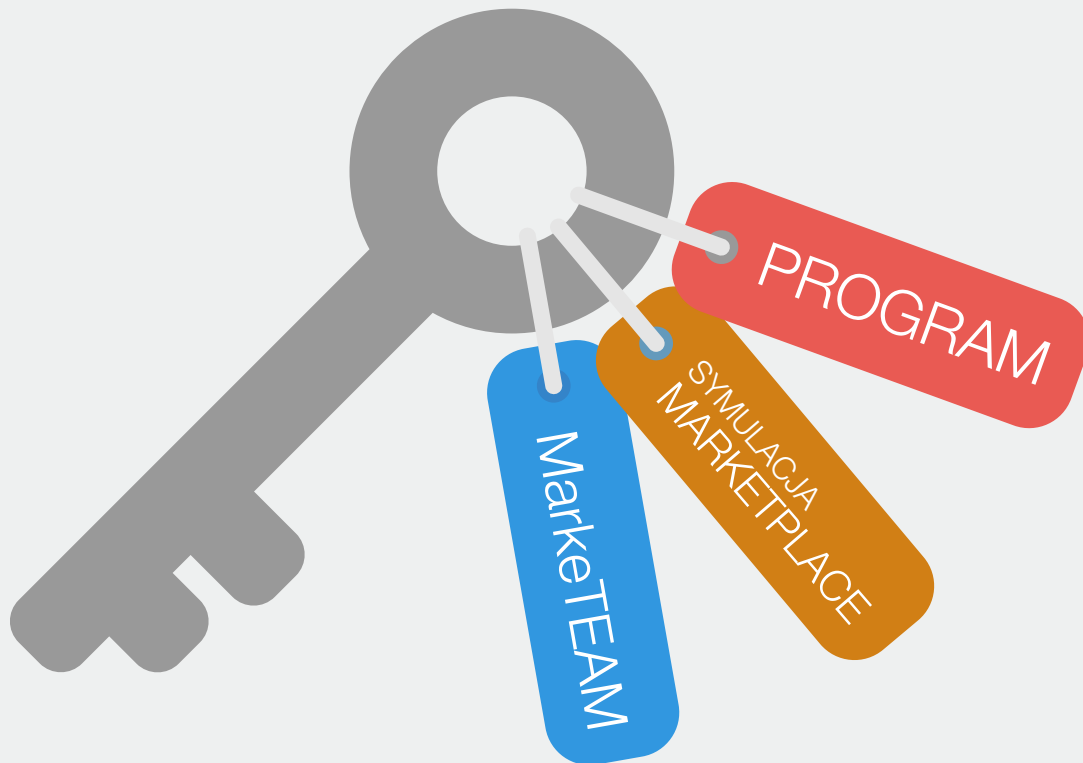


Cel specjalności:

Celem studiów na specjalności Marketing jest kształcenie wysokiej klasy specjalistów w sferze zarządzania działaniami marketingowymi i sprzedażowymi. Rozwój nowoczesnych technologii, wpływ wiedzy ze sfery psychologii, socjologii, ekonomii na ewolucję aktywności rynkowej organizacji sprawia, iż interdyscyplinarne podejście

do marketingu jest wymogiem a nie przywilejem. Dotyczy to w takim samym stopniu działań w sferze nauki, jak i praktyki stosowania. Zamierzeniem jest więc kreowanie zdolności wielopłaszczyznowego spojrzenia na procesy rynkowe oraz umiejętności zastosowania wiedzy z różnych obszarów do rozwiązywania problemów marketingowych na poziomie teorii, jak i praktyki.

Wyróżniki specjalności



Specjalność Marketing dostarcza wiedzy na poziomie zaawansowanym z zakresu marketingu, sprzedaży, badań rynku, PR, komunikacji marketingowej, reklamy itp.

Ponadto buduje umiejętności wykorzystania nowoczesnych technologii we współczesnym biznesie, a w szczególności prowadzeniu działań

ze sfery e-marketingu i e-commerce.

Pozwala także poznać praktyczne aspekty zastosowania wiedzy z obszaru psychologii klienta, umiejętności wywierania wpływu, oddziaływania grupy na zachowania jednostki, budżetowania, analizy finansowej przedsięwzięć marketingowych itp.

Program



Semestr II

Branding i komunikacja marketingowa

Market intelligence

Strategie marketingowe

Semestr III

Badania marketingowe - metody ilościowe i jakościowe

e-Marketing

Gra strategiczna The Marketplace

Kontroling marketingowy

Semestr IV

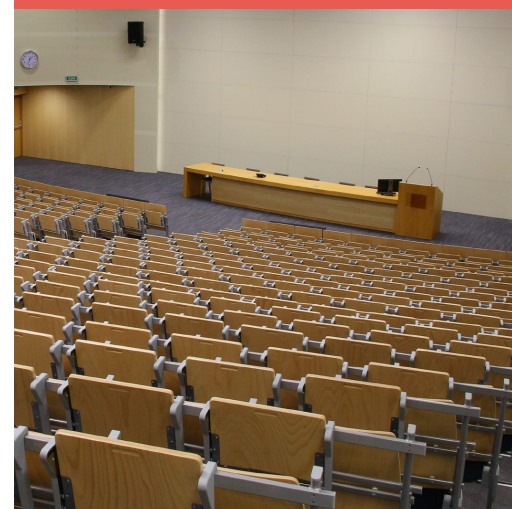
Kreowanie wizerunku firmy

Przedmioty do wyboru

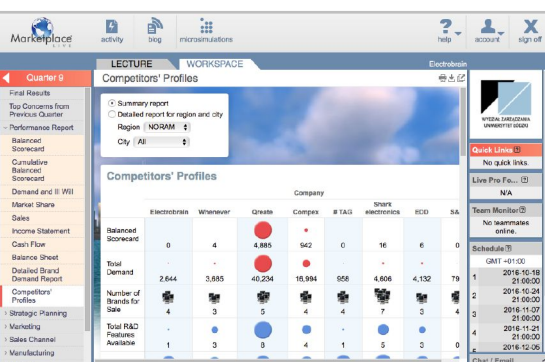
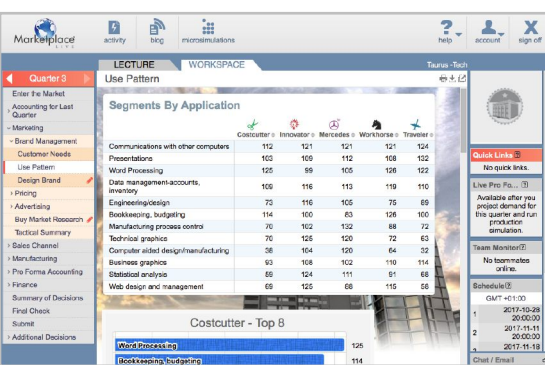
Innowacyjność i design w marketingu

Marketingowe zarządzanie w sektorze usług finansowych

Realizacja programu odbywa się z wykorzystaniem nowoczesnych metod kształcenia, w oparciu o małe grupy projektowe z położonym dużym naciskiem na rozwój takich umiejętności jak samodzielność, odpowiedzialność, przywództwo, kreatywność itp.



Symulacja



- * Podstawowym celem udziału w symulacji marketingowej jest praktyczne sprawdzenie wiedzy i umiejętności marketingowego zarządzania firmą.
- * W symulacji, uczestnicy prowadzą własne, konkurujące ze sobą wzajemnie firmy.
- * Symulacja kładzie nacisk na rozwój wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji marketingowych.
- * Uczestnicy podczas trwania gry będą uczyć się kontroli ryzyka i analizy wpływu zastosowanych strategii ryzyka na sukces firmy.

MarkeTEAM



Studenckie Koło Naukowe MarkeTEAM skupia studentów Wydziału Zarządzania UŁ, którzy czują niedosyt wiedzy o marketingu.

Wszystkie działania MarkeTEAM podyktowane są chęcią poszerzenia wiedzy teoretycznej oraz praktycznej – niekoniecznie w sposób typowo akademicki. Zespół spotyka się z osobami, które już osiągnęły sukces w marketingu i chętnie dzielą się swoim doświadczeniem. Organizacja z kolei daje im świeże spojrzenie i energię, kiedy prowadzi prace konsultingowo-badawcze. Chcąc się ciągle

rozwijać, organizuje warsztaty doskonalące umiejętności praktyczne (np. szkolenia narzędziowe, warsztaty prezentacyjne) i imprezy o charakterze edukacyjnym (np. konferencja Łódź Jungle Web czy też gra miejska Marketing Challenge).

Członkowie MarkeTEAM nie tylko zdobywają wiedzę i umiejętności praktyczne powiązane z marketingiem, ale poprawiają także umiejętności miękkie – między innymi zdolność do pracy w grupie, organizacji pracy, zarządzania czasem.

marketing



Specjaliści do spraw marketingu należą do grupy najważniejszych i najbardziej poszukiwanych zawodów biznesowych, są niezbędni w każdej rynkowo zorientowanej organizacji biznesowej, a także publicznej czy non-profit.

Zdobyta wiedza i umiejętności umożliwiają absolwentom także zakładanie i prowadzenie swoich własnych firm.

Co po studiach?

- * Brand Manager
- * Social Media Manager
- * Customer Insight Manager
- * PR Manager
- * e-commerce Manager
- * Business Development Manager
- * Trade Manager
- * Inne (własna firma itp.)



Kontakt:

Koordynator specjalności

dr Anna Sibińska
anna.sibinska@uni.lodz.pl

wz.uni.lodz.pl

