



UNIwersytet MIKOŁAJA KOPERNIKA W TORUNIU  
WYDZIAŁ NAUK EKONOMICZNYCH I ZARZĄDZANIA

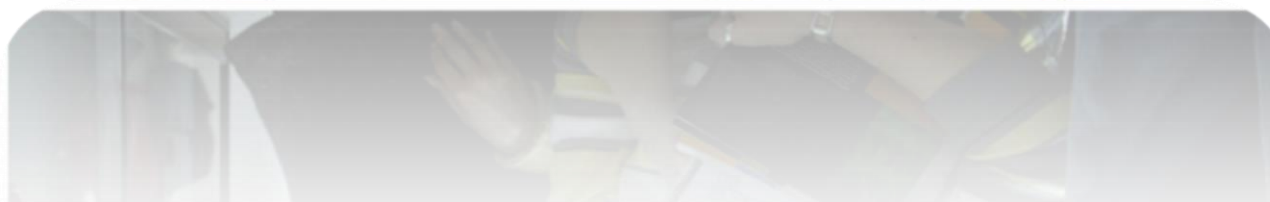


KATEDRA  
MARKETINGU  
I HANDLU



WYDZIAŁ NAUK EKONOMICZNYCH I ZARZĄDZANIA  
UNIwersytet MIKOŁAJA KOPERNIKA W TORUNIU

# Specjalność Nowoczesny marketing





## Specjalność prowadzona przez pracowników Katedry Marketingu i Handlu







Zarządzanie

## specjalność **Nowoczesny marketing**

Lp.	Nazwa przedmiotu	Razem godzin	
		Wykład	Ćwiczenia
1.	<b>Nowoczesne koncepcje zarządzania marketingowego</b>	15	30
2.	<b>Planowanie marketingowe we współczesnej firmie</b>	15	15
3.	<b>Marketing międzynarodowy</b>	30	15
4.	<b>Handel elektroniczny</b>	15	30
5.	<b>Obsługa klienta</b>	15	15
6.	<b>Badania marketingowe w praktyce</b>	30	30
7.	<b>Program SPSS w badaniach marketingowych</b>	0	30
8.	<b>Negocjacje w otoczeniu wielokulturowym</b>	15	30
9.	<b>Marketing zrównoważony</b>	15	15
10.	<b>Nowe media w komunikacji marketingowej</b>	15	30



Po specjalności **Nowoczesny marketing** student potrafi między innymi:

funkcjonować  
w międzynarodowym  
środowisku biznesowym

zaprojektować  
i zrealizować badanie  
rynkowe oraz dokonać  
analizy pozyskanych  
z niego danych  
z wykorzystaniem  
specjalistycznego  
oprogramowania

stworzyć strategię  
z zakresu  
produktu, ceny,  
dystrybucji

zastosować zasady  
zrównoważonego  
rozwoju  
(w tym odpowiedzialności  
społecznej i ekologicznej)  
w marketingu

zaprojektować  
kampanię  
promocyjną  
z wykorzystaniem  
tradycyjnych  
i nowoczesnych  
mediów



## specjalność **Nowoczesny marketing**

**Wymagania wstępne:** wiedza, umiejętności i kompetencje opisane w sylabusach następujących przedmiotów realizowanych na pierwszym stopniu studiów:

- „Marketing”,
- „Badania marketingowe”,
- „Podstawy zarządzania”.





## Gdzie znajdują zatrudnienie absolwenci specjalności **Nowoczesny marketing?**

1. w przedsiębiorstwach działających na rynkach zagranicznych i rynku krajowym, na stanowiskach kierowniczych i w różnego rodzaju działach, np.

- działy marketingu,
- działy sprzedaży,
- działy promocji,
- działy obsługi klienta.

3. w instytucjach administracji samorządowej.

2. w instytucjach usług profesjonalnych, (np. finansowych, ubezpieczeniowych, turystycznych, edukacyjnych), w tym szczególnie w:

- firmach konsultingowych,
- agencjach reklamowych,
- agencjach marketingowych,
- firmach badawczych,
- przedsiębiorstwach logistycznych,
- agencjach public relations,
- agencjach sponsoringowych,
- agencjach BTL.

4. w organizacjach non-profit.





## Co nas wyróżnia?

- Warsztatowa forma większości zajęć
- Duży nacisk na łączenie wiedzy teoretycznej z praktyką
- Kształtowanie umiejętności komunikacyjnych studentów
- Wsłuchiwanie się w potrzeby studentów
- Docenianie ich pomysłów i proponowanych rozwiązań



# Co nas wyróżnia?

- Sympatyczna i życzliwa kadra wykładowców 😊







nasze zajęcia

# Nowoczesne koncepcje zarządzania marketingowego

**Główny cel zajęć?** Zapoznanie studentów z najnowszymi koncepcjami wykorzystywanymi w ramach zarządzania marketingowego, takimi jak: marketing społecznie odpowiedzialny, marketing wartości, marketing 3.0, marketing holistyczny itd.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Identyfikują i rozwiązują problemy związane z praktycznym wykorzystaniem poszczególnych nowoczesnych koncepcji marketingowych.

**Planowani koordynatorzy przedmiotu:**  
**dr Dawid Szostek**  
**oraz mgr Paweł Brzustewicz**





nasze zajęcia

# Planowanie marketingowe we współczesnej firmie

**Główny cel zajęć?** Przedstawienie i omówienie podstawowych zagadnień z zakresu planowania marketingowego w powiązaniu ze współczesnymi problemami gospodarczymi.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Pracując w zespołach przygotowują projekt planu marketingowego dla określonego przedsiębiorstwa.

**Planowany koordynator przedmiotu:  
dr Joanna Petrykowska**







nasze zajęcia

# Marketing międzynarodowy

**Główny cel zajęć?** Zapoznanie z problematyką współczesnego marketingu na rynkach zagranicznych na tle procesów internacjonalizacji przedsiębiorstw.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Omawiają strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych, analizują rzeczywiste studia przypadków, uczą się podejmowania trafnych decyzji w działalności międzynarodowej przedsiębiorstw.

**Planowany koordynator przedmiotu :  
dr hab. Justyna Łapińska**





nasze zajęcia

# Negocjacje w otoczeniu wielokulturowym

**Główny cel zajęć?** Wyjaśnienie jak różnice kulturowe wpływają na zachowania negocjatorów w środowisku międzynarodowym.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** W oparciu o prezentowane na wykładach koncepcje kultury wymieniają się swoimi doświadczeniami w kontaktach z obcokrajowcami, dyskutują o specyfice polskiej kultury biznesowej, analizują przypadki, grają w gry symulacyjne.

**Planowani koordynatorzy przedmiotu:  
dr hab. Aldona Glińska-Noweś, prof. UMK  
oraz mgr Paweł Brzustewicz**







## nasze zajęcia

# Badania marketingowe w praktyce

**Główny cel zajęć?** Kształtowanie umiejętności planowania i realizacji badań marketingowych sprzyjających rozwiązaniu konkretnych problemów marketingowych.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Przekształcają problemy decyzyjne w problemy badawcze, definiują cele i hipotezy badawcze, wybierają metody doboru próby, dobierają metody zbierania danych, budują kwestionariusze ankietowe i kwestionariusze wywiadu, tworzą harmonogram i kosztorys badania, poznają zasady realizacji pomiarów w terenie oraz zasady analizy i interpretacji pozyskanych z nich danych, tworzą raporty z badania.

**Planowany koordynator przedmiotu:  
dr Iwona Escher**





## nasze zajęcia

# Nowe media w komunikacji marketingowej

**Główny cel zajęć?** Przekazanie wiedzy z zakresu nowych mediów oraz wykształcenie umiejętności jej praktycznego wykorzystania w procesach komunikacji marketingowej.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Projektują strategię komunikacji marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa z wykorzystaniem nowych mediów i nowoczesnych form komunikacji.

**Nowy przedmiot w programie specjalności**  
**Planowany koordynator przedmiotu: dr Dawid Szostek**  
**Zajęcia współprowadzone z praktykami**







nasze zajęcia

# Handel elektroniczny

**Główny cel zajęć?** Przygotowanie studentów do zarządzania przedsiębiorstwem funkcjonującym na rynku elektronicznym.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Opracowują plan marketingowy dla przedsiębiorstwa funkcjonującego na rynku elektronicznym. Analizują przypadki firm wykorzystujących rozmaite formy handlu elektronicznego.

**Planowani koordynatorzy przedmiotu :  
dr hab. Justyna Łapińska oraz mgr Paweł Brzustewicz**





nasze zajęcia

# Obsługa klienta

**Główny cel zajęć?** Przedstawienie i omówienie podstawowych zagadnień z zakresu obsługi klienta, ze szczególnym uwzględnieniem jej marketingowego oraz logistycznego wymiaru.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Pracując w zespołach przygotowują projekt polityki obsługi klienta dla określonego przedsiębiorstwa.

**Planowany koordynator przedmiotu:  
dr Joanna Petrykowska**





## nasze zajęcia

# Program SPSS w badaniach marketingowych

**Główny cel zajęć?** Ukazanie szerokiej możliwości wykorzystania programu IBM SPSS Statistics (w skrócie SPSS) na różnych etapach badań marketingowych.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Uczą się obsługi programu SPSS (na poziomie podstawowym). Budują bazę dla danych pozyskanych z badania marketingowego, dokonują podstawowych operacji i przekształceń na zmiennych oraz obserwacjach, dokonują podstawowej analizy i interpretacji tych danych a także przygotowują ich graficzną wizualizację. Zajęcia mają wymiar praktyczny. Wszystkie spotkania odbywają się w pracowni komputerowej.

**Planowany koordynator przedmiotu:  
dr Iwona Escher**







nasze zajęcia

# Marketing zrównoważony

**Główny cel zajęć?** Przekazanie studentom wiedzy z zakresu marketingu zrównoważonego oraz sposobów wykorzystania tej koncepcji w tworzeniu wartości dla klienta i pozostałych interesariuszy.

**Co robią studenci w trakcie zajęć?** Projektują kompleksową strategię rozwoju nowych zrównoważonych produktów. Rozwijają kompetencje krytycznego myślenia w obszarze teorii i praktycznego zastosowania koncepcji marketingu zrównoważonego

**Nowy przedmiot w programie specjalności**  
**Planowany koordynator przedmiotu: mgr Paweł Brzustewicz**



Oni już wybrali 😊





Oni już wybrali 😊





Oni już wybrali 😊





# OPINIE NASZYCH STUDENTÓW

„... Z całym sercem mogę polecić specjalizację „Nowoczesny marketing” głównie dzięki możliwości zapoznania się z programem SPSS. Wierzę, że znajomość tego programu oraz dyplom z akredytacją znacznie ułatwi mi „bezbolesne” wkroczenie na rynek pracy...”

\* Aleksanda Wójcik (II rok specjalności, 2015/2016)

Specjalizacja oferuje połączenie wiedzy z praktyką z zakresu marketingu oraz możliwość zapoznania się między innymi z programem SPSS.

Dodatkowym atutem jest z pewnością uzyskanie na dyplomie międzynarodowej akredytacji, która wyróżni absolwentów na rynku pracy i arenie międzynarodowej. To nie tylko „sucha” wiedza, ale również symulacje, projekty i praca w grupach...”

• Żaneta Zając (II rok specjalności, 2015/2016)

„... Interesujące i praktyczne zajęcia prowadzone w sposób przykuwający uwagę. Ćwiczenia i wykłady odbywają się w formie interaktywnej ze studentami, każdy na możliwość „pełnego uczestnictwa” w zajęciach. Poruszane treści mogą w pełni dawać nadzieję na zdobycie ciekawej pracy...”

• Tomasz Bąk (II rok specjalności, 2015/2016)



„... Specjalność Nowoczesny Marketing oferuje studentom ciekawe ćwiczenia, oraz wykłady - obejmujące szeroki zakres wiedzy przydatnej w pracy zawodowej. Zajęcia prowadzone w przystępny sposób, przez zaangażowaną kadrę, pozwoliły mi rozwinąć zarówno twarde kompetencje (np. zajęcia z programu SPSS), jak i te miękkie, które stają się nieocenione w wielu życiowych okolicznościach...”

• Jarosław Dalke (II rok specjalności, 2015/2016)





## specjalność **Nowoczesny marketing**

Studenci specjalności mogą pogłębiać swoje zainteresowania działając  
w **Studenckim Kole Marketingu**







specjalność **Nowoczesny marketing**

## Czym zajmują się członkowie Koła?

- **realizują** na zlecenie Władz Wydziału oraz współpracujących instytucji różnorodne pod względem tematyki **badania marketingowe** (budują instrumenty pomiarowe, zbierają dane w terenie, analizują dane, przygotowują raporty i prezentacje wyników),
- **organizują** otwarte wykłady dla studentów o tematyce marketingowej, spotkania z praktykami, a także warsztaty szkoleniowe dla swoich członków ucząc się przy okazji jak zarządzać projektem i organizować eventy,
- **promują** wśród studentów programy stypendialne, konkursy, szkolenia i seminaria praktyczne organizowane przez różnorodne podmioty (wykorzystują w tych działaniach nabyte umiejętności w zakresie grafiki oraz prowadzenia fanpage na portalu Facebook),
- **uczestniczą** w konferencjach naukowych, seminariach i warsztatach o tematyce marketingowej,
- **dobrze się bawią**, bo - jak twierdzą - nauka w drodze praktyki to najlepsza zabawa i inwestycja w siebie.



## specjalność **Nowoczesny marketing**

### Dotychczasowi partnerzy Koła

- Centrum Informacji i Promocji UMK,
- Biuro Programów Międzynarodowych WNEiZ UMK,
- Zespół ds. Akredytacji Międzynarodowej AACSB WNEiZ UMK,
- Planetarium im. W.Dziewulskiego w Toruniu,
- Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Remedis w Toruniu,

- Polmos Toruń S.A.,
- Trops S.A.,
- Apator S.A.,
- Doradztwo Marketingowe Jan Hinz,
- Agencja Reklamowa Hossa Advertising,
- CenterNET,
- Internetowe Biuro Księgowe,
- I.M.P.A. International Marketing of Pumice Accessories z Włocławka,
- Miejska Instytucja Kultury „Dom Muz” w Toruniu,
- ThyssenKrupp Energostal,
- Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości,
- Deimic,
- Inne koła studenckie działające na WNEiZ UMK oraz na innych uczelniach.