



Marketing międzynarodowy



Marketing międzynarodowy

- Postępująca globalizacja gospodarki.
- Polska zajmuje **22** miejsce w rankingu światowych eksporterów dóbr.
- Wartość produkcji dóbr i usług wytwarzanych w Polsce i sprzedawanych za granicą to **45%** PKB.
- W 2022 roku wartość polskiego eksportu towarów wyniosła **1 305 mld zł**.

Marketing międzynarodowy

- Głównymi odbiorcami produktów są konsumenci z Unii Europejskiej, do których trafia blisko **80%** eksportowanych dóbr.
- Systematycznie rośnie również wartość polskich bezpośrednich inwestycji zagranicznych.



LPP

4F

 **FAKRO**[®]

gino rossi

INGLOT



NAJLEPSZE OKNA



NOWY STYL GROUP[®]



Marketing międzynarodowy

Przedmioty specjalnościowe

- Rynek Unii Europejskiej
- Międzynarodowe badania marketingowe
- Finanse i rachunkowość międzynarodowa
- Międzynarodowe public relations



Marketing międzynarodowy

Rynek Unii Europejskiej

- **Wiedza:** przesłanki i mechanizmy tworzenia wspólnego rynku, główne obszary regulacji wspólnego rynku - polityki ochrony rynku i konkurencji, ochrony konsumenta, wspólnej polityki rolnej i wspólnej polityki handlowej
- **Umiejętności:** analiza i ocena strategii marketingowych przedsiębiorstw na rynku UE oraz projektowanie narzędzi marketingu do obsługi wybranych rynków branżowych



Marketing międzynarodowy

Międzynarodowe badania marketingowe

- **Wiedza:** specyfika międzynarodowych badań marketingowych i metod badawczych stosowanych w badaniach porównawczych, zasady ekwiwalencji badań międzynarodowych
- **Umiejętności:** tworzenie projektu badań międzynarodowych, budowa kwestionariusza i narzędzi pomiaru (skal postaw i preferencji), empiryczna ekwiwalencja pomiaru z wykorzystaniem metod wielowymiarowych



Marketing międzynarodowy

Finanse i rachunkowość międzynarodowa

- **Wiedza:** zasady dualizmu do kwantytatywnego opisu i prowadzenia działalności gospodarczej
- **Umiejętności:** prowadzenia procesu księgowego, sporządzania i interpretowania okresowego rachunku wyników oraz prospektywnej oceny przedsięwzięć gospodarczych



Marketing międzynarodowy

Międzynarodowe public relations

- **Wiedza:** istota i funkcje kultury w społeczeństwie informacyjnym, rola dyplomacji publicznej i „nation branding” w procesie kształtowania wizerunku kraju za granicą, cele i funkcje PR oraz instrumenty PR
- **Umiejętności:** tworzenie strategii public relations, dobór narzędzi public relations do uzyskania konkretnych celów przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym



Marketing międzynarodowy

Studenci specjalności otrzymają wiedzę pozwalającą na:

- ✓ analizę rynków zagranicznych i prowadzenie międzynarodowych badań marketingowych,
- ✓ wybór odpowiednich strategii wejścia na rynki zagraniczne,
- ✓ kształtowanie narzędzi marketingu z uwzględnieniem specyficznych uwarunkowań otoczenia międzynarodowego.



Marketing międzynarodowy

Absolwenci specjalności mogą znaleźć zatrudnienie w:

- ✓ **przedsiębiorstwach krajowych** obecnych i wchodzących na rynki zagraniczne,
- ✓ **korporacjach transnarodowych** obecnych na polskim rynku,
- ✓ agencjach konsultingowych i instytucjach sektora publicznego.

Wiedza i umiejętności będą także przydatne w prowadzeniu **własnej firmy**, szczególnie, gdy jej właściciel jest otwarty na wyzwania płynące z rynków zagranicznych.



dziękuję



Zarządzanie produktem



Zarządzanie produktem

W dobie wirtualizacji gospodarki, postępującej globalizacji rynków, demokratyzacji konsumpcji oraz konieczności dopasowania produktu do indywidualnych potrzeb konsumentów wyraźnie wzrasta rola zarządzania produktem.

Współczesny produkt wymaga:

- innowacji w zakresie technologii,
- skutecznych narzędzi komunikacji rynkowej oraz technik sprzedaży,
- innowacji w planowaniu jego pełnego cyklu życia.



Zarządzanie produktem

Przedmioty specjalnościowe

1. Strategie produktu
2. Zarządzanie jakością produktu
3. Zarządzanie marką
4. Design



Zarządzanie produktem

Strategie produktu

Wiedza

- ✓ rola i właściwości produktu jako instrumentu marketing-mix,
- ✓ koncepcja produktu jako zestawu korzyści dla klienta,
- ✓ źródła pomysłów i rodzaje innowacji produktowych,
- ✓ proces projektowania nowych produktów (PNP),
- ✓ problem dyfuzji innowacji produktowych na rynku,
- ✓ strategie zarządzania produktami i asortymentem produktów,
- ✓ strategie wycofywania produktów z rynku,
- ✓ analizy, testowanie i modyfikacje produktów,
- ✓ marketingowa rola opakowań produktów,
- ✓ znakowanie produktów,
- ✓ ochrona prawna produktów i problem piractwa.



Zarządzanie produktem

Strategie produktu

Umiejętności

- ✓ analiza pozycji rynkowej produktu,
- ✓ opracowanie planu strategii marketingowej nowego produktu,
- ✓ projektowania koncepcji produktu oraz wprowadzenia go na rynek,
- ✓ analiza pozycji asortymentowych oraz asortymentu produktów,
- ✓ analiza i zarządzanie asortymentem produktów.



Zarządzanie produktem

Zarządzanie jakością produktu

Wiedza

- ✓ znaczenie jakości w zarządzaniu przedsiębiorstwem i działalności rynkowej,
- ✓ zasady zarządzania jakością w przedsiębiorstwie,
- ✓ modele jakości,
- ✓ różnice w zarządzaniu jakością dóbr materialnych i usług.



Zarządzanie produktem

Zarządzanie jakością produktu

Umiejętności

- ✓ analizy zjawisk związanych z kształtowaniem jakości produktów i usług oraz jej postrzeganiem przez konsumentów,
- ✓ projektowanie i oceny zarządzania jakością.



Zarządzanie produktem

Zarządzanie marką

Wiedza

- ✓ definicje, istota, atrybuty oraz kategorie marek,
- ✓ tożsamość i wizerunek marki,
- ✓ archetypy marek,
- ✓ rodzaje i właściwości nazw marek, logo i logotypów,
- ✓ architektura marki,
- ✓ sposoby pozyskiwanie marek,
- ✓ kapitał marki - przykładowe modele i wycena wartości,
- ✓ pozycjonowanie marek,
- ✓ rozszerzanie marek i problem kanibalizacji marek,
- ✓ narzędzia i sposoby budowania silnych marek,
- ✓ rejestracja , ochrona prawna marek oraz problem piractwa,
- ✓ atrybuty i specyfika kreowania marek luksusowych,
- ✓ koncepcja łańcucha wartości marki.



Zarządzanie produktem

Zarządzanie marką

Umiejętności

- ✓ planowanie koncepcji marki,
- ✓ podejmowania działań zarządczych służących wprowadzaniu na rynek, pozycjonowaniu i budowaniu kapitału marki na rynku,
- ✓ analizowanie właściwości i wartości kapitału marek,
- ✓ analizowanie i zarządzanie portfelem marek.



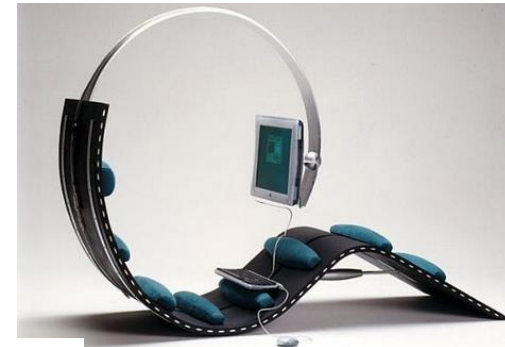
Zarządzanie produktem

Design

- ✓ pojęcie wzornictwa,
- ✓ zarządzanie strategią wzornictwa,
- ✓ komunikowanie i promowanie marki poprzez design,
- ✓ proces zarządzania projektem wzorniczym,
- ✓ interpretacja potrzeb firmy i jej klientów w zakresie wzornictwa przemysłowego,
- ✓ wpływ designu na rozwój przedsiębiorstwa,
- ✓ polskie wzornictwo współczesne.

Zarządzanie produktem

Design





Zarządzanie produktem

Design

- ✓ pojęcie wzornictwa,
- ✓ zarządzanie strategią wzornictwa,
- ✓ komunikowanie i promowanie marki poprzez design,
- ✓ proces zarządzania projektem wzorniczym,
- ✓ interpretacja potrzeb firmy i jej klientów w zakresie wzornictwa przemysłowego,
- ✓ wpływ designu na rozwój przedsiębiorstwa,
- ✓ polskie wzornictwo współczesne.



Zarządzanie produktem

Studia pozwolą na zdobycie wiedzy w zakresie:

- opracowywania i realizacji strategii rozwoju nowych produktów,
- znajomości podstaw projektowania produktów (design),
- wprowadzania produktów na rynek i ich pozycjonowania,
- kreowania i zarządzania wizerunkiem marek produktów,
- oceniania efektów sprzedaży oraz pozycji rynkowej marek i produktów,
- analizowania i zarządzania asortymentem produktów w ofercie firmy.



Zarządzanie produktem

Absolwenci będą przygotowani do pracy:

- w firmach z różnych branż,
w szczególności w hurtowych i detalicznych przedsiębiorstwach handlowych,
- w działach kreatywnych przedsiębiorstw zajmujących się opracowywaniem projektów nowych produktów (R&D, design),
- w działach marketingu przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych.



dziękuję



Handel elektroniczny



Handel elektroniczny

okadziesiąt **tysięcy** sklepów internetowych na polskim rynku

rynnek **e-commerce** w Polsce ma wartość **około 100 mld** zł rocznie (wzrosty RDR sięgające nawet 20%)

Polscy **e-konsumenci** poprzez internet najczęściej kupują odzież, sprzęt RTV/AGD, książki, płyty, obuwie i sprzęt komputerowy

rosnący **udział** urządzeń mobilnych w procesie **zakupów** internetowych

Handel elektroniczny

Specjalność **Handel elektroniczny** to...

- specjalistyczna wiedza,
- praktyczne umiejętności oraz
- prawdziwe narzędzia e-commerce,
ale też...
- wybór, który wymaga ciągłego rozwoju i doształcania się,
- konieczność lubienia nowych technologii,
- godziny spędzone nad projektami, często w laboratoriach komputerowych.





Handel elektroniczny

Przedmioty specjalnościowe

- Modele i strategie e-handlu (45h / 27h)
- Technologie internetowe i mobilne (45h / 27h)
- Analityka e-handlu (45h / 27h)
- Prawo e-handlu (30h / 18h)

Handel elektroniczny

Specjalistyczna wiedza

- specyfika i organizacja handlu elektronicznego
- formy działalności handlowej w internecie
- technologie wspomagające prowadzenie działalności handlowej w internecie
- zarządzanie działalnością e-commerce
- metody i narzędzia promocji internetowej wspierające e-handel
- pomiar i analiza efektów działań sprzedażowych realizowanych w internecie





el elektroniczny

Praktyczne umiejętności

- tworzenie i zarządzanie sklepem internetowym w oparciu o oprogramowanie powszechnie wykorzystywane na rynku
- wykorzystanie narzędzi pomiaru zachowań użytkowników internetu i klientów e-sklepów
- analityka funkcjonowania i skuteczności handlu internetowego



Handel elektroniczny

Perspektywy zawodowe

- przedsiębiorstwa, których podstawowym obszarem działalności jest handel internetowy
- firmy wykorzystujące (lub zamierzające wykorzystywać) internet w sprzedaży produktów
- własna działalność gospodarcza w branży e-handlu
- duży popyt w zakresie stanowisk specjalistycznych i menedżerskich



Zapraszamy



na specjalności z przyszłością!