



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Marketing

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie i inżynieria produkcji Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (inż.) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia niestacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2024/25 Kod przedmiotu 08ZIP-PN.PI4B.0698.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty podstawowe
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	brak przedmiotów wprowadzających	
Koordinator	Maciej Schulz	
Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 10 Ćwiczenia audytoryjne: 10	Liczba punktów ECTS 3.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Zna podstawowe pojęcia z zakresu działalności marketingowej (prawidłowości i problemów marketingu)	ZIP_P1_K_W05	P6S_WG
W2	Posiada wiedzę na temat istoty i znaczenia działań marketingowych stosowanych przez współczesne przedsiębiorstwa	ZIP_P1_K_W05	P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Potrafi wykorzystać kluczowe aspekty marketingu w działalności przedsiębiorstwa	ZIP_P1_K_U01, ZIP_P1_K_U03, ZIP_P1_K_U05	P6S_UW, P6S_UW_inż, P6S_UW, P6S_UW P6S_UW_inż
U2	Jest zdolny do analizy rynku docelowego i dostosowywania do niego strategii marketingowych	ZIP_P1_K_U03, ZIP_P1_K_U05	P6S_UW, P6S_UW P6S_UW_inż
Kompetencje społeczne:			
K1	Wykazuje się kreatywnością w zakresie poszukiwania sposobów prowadzenia narzędzi komunikowania się z otoczeniem w gospodarce rynkowej	ZIP_P1_K_K01, ZIP_P1_K_K02	P6S_KK, P6S_KO

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie, geneza i rozwój marketingu;	Wykład	W1
2.	Konsument i uwarunkowania jego zachowań;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2
3.	Segmentacja i pozycjonowanie produktu;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1, U2
4.	Badania marketingowe;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
5.	Produkt i proces jego rozwoju;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
6.	Cena i jej kształtowanie;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
7.	Dystrybucja jako element marketingu;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
8.	Komunikacja marketingowa;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1, K1
9.	Obsługa klienta w ujęciu marketingowym i logistycznym;	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Test	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Test z odpowiedziami o charakterze dysjunktywnym	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne, Case study	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Kolokwium	50%
	Case study	50%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Kolokwium w formie testu; Case study z rozwiązaniem w formie pisemnej wypowiedzi;	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Test	Case study	Kolokwium
W1	x		x
W2	x		x
U1		x	
U2		x	x
K1		x	

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Marketing. Podręcznik akademicki, red. naukowy K. Andruszkiewicz, TNOiK „Dom Organizatora” w Toruniu, Toruń 2011

Literatura uzupełniająca

1. Mruk, B. Pilarczyk, H. Szulce, Marketing. Uwarunkowania i instrumenty, AE Poznań, Poznań 2005
2. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy, PWE, Warszawa, 2002

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta	Obciążenie studenta Liczba godzin
--------------------	--------------------------------------

Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	10
	Ćwiczenia audytoryjne	10
Praca własna studenta	Studiowanie literatury	25
	Konsultacje	5
	Przygotowanie do zaliczenia	15
	Przygotowanie do zajęć	10
	Przygotowanie do egzaminu	15
Łączny nakład pracy studenta		90
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut