



Karta przedmiotu  
Marketing

### 1. Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> zarządzanie i inżynieria produkcji	<b>Cykl kształcenia (nabór)</b> 2023/24	
<b>Specjalność</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> 08ZIP-PS.PI4B.0698.23	
<b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b> Wydział Zarządzania	<b>Języki wykładowe</b> polski	
<b>Poziom studiów</b> pierwszego stopnia (inż.)	<b>Obligatoryjność</b> Obowiązkowy	
<b>Profil studiów</b> Profil praktyczny	<b>Blok zajęciowy</b> Przedmioty podstawowe	
<b>Forma studiów</b> studia stacjonarne		
<b>Wymagania wstępne</b>	brak wymagań	
<b>Przedmioty wprowadzające</b>	brak przedmiotów wprowadzających	
<b>Koordinator</b>	Maciej Schulz	
<b>Okres</b> Semestr 3	<b>Forma i godziny zajęć</b> • Wykład: 30, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 3

### 2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
-----	--------------------------	---	-----------------------------------

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
<b>Wiedza:</b>			
W1	Zna podstawowe pojęcia z zakresu działalności marketingowej (prawidłowości i problemów marketingu)	ZIP_P1_K_W08	P6S_WG
W2	Posiada wiedzę na temat istoty i znaczenia działań marketingowych stosowanych przez współczesne przedsiębiorstwa	ZIP_P1_K_W08	P6S_WG
<b>Umiejętności:</b>			
U1	Potrafi wykorzystać kluczowe aspekty marketingu w działalności przedsiębiorstwa	ZIP_P1_K_U07	P6S_UW P6S_UW_inż
U2	Jest zdolny do analizy rynku docelowego i dostosowywania do niego strategii marketingowych	ZIP_P1_K_U02, ZIP_P1_K_U04	P6S_UW, P6S_UW_inż, P6S_UW
<b>Kompetencje społeczne:</b>			
K1	Wykazuje się kreatywnością w zakresie poszukiwania sposobów prowadzenia narzędzi komunikowania się z otoczeniem w gospodarce rynkowej	ZIP_P1_K_K08	P6S_KK

### 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	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Wykład	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Test	100%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
Test z odpowiedziami o charakterze dysjunktywnym		
Ćwiczenia audytoryjne	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Ćwiczenia laboratoryjne, Case study	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Kolokwium	50%
	Case study	50%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
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	30
	Ćwiczenia audytoryjne	15
Praca własna studenta	Studiowanie literatury	20
	Konsultacje	10
	Przygotowanie do zaliczenia	10
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>		<b>85</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>3</b>

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut