



Karta przedmiotu
Marketing

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów wzornictwo		Cykl kształcenia (nabór) 2025/26	
Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Sztuk Projektowych		Kod przedmiotu 15WZ-PS.DM3.0698.25	
Poziom studiów drugiego stopnia (mgr)		Języki wykładowe polski	
Profil studiów Profil praktyczny		Obligatoryjność Fakultatywny	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty humanistyczne i społeczne	
Wymagania wstępne		Brak	
Przedmioty wprowadzające		Brak	
Koordinator		Ewa Koreleska	
Okres Semestr 1		Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 1.0
		Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 15	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 15	Liczba punktów ECTS 1.0
---------------------------	---	-----------------------------------

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Formułuje i analizuje działania marketingowe w kraju i zagranicą, zarówno w działalności stacjonarnej i Internetowej. Charakteryzuje nowoczesne koncepcje marketingu-mix. Zwraca uwagę na metody oceny jakości obsługi klienta. Określa potrzeby, motywy postępowania konsumentów.	WZ_P2_K_W08	P7S_WK
W2	Tłumaczy autorskie w zakresie prowadzonej działalności marketingowej.	WZ_P2_K_W10	P7S_WK
Umiejętności:			
U1	Identyfikuje potrzeby konsumentów i dostosowuje projekt, promocję, cenę oraz dystrybucję oraz inne instrumenty marketingowe do ich oczekiwań.	WZ_P2_K_U01	P7S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Ocenia i wdraża nowoczesne koncepcje marketingowe, opracowując kreatywne koncepcje.	WZ_P2_K_K03	P7S_KK P7S_KR

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do marketingu. Marketing krajowy a międzynarodowy.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, W2
2.	Zachowania konsumentów. Potrzeby, motywy, proces podejmowania decyzji.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1
3.	Metody oceny jakości obsługi klienta w działalności marketingowej.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1
4.	Nowoczesne koncepcje marketingu-mix.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1
5.	Marketing cyfrowy.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, K1
6.	Marketing sensoryczny.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, K1
7.	Eko-marketing.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, U1, K1

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

Semestr 1

Forma zajęć		
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Egzamin pisemny	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Warunkiem dopuszczenia do zaliczenia jest obecność zgodna z Regulaminem Studiów PBŚ. Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest przystąpienie i pozytywna ocena z egzaminu.	

Semestr 2

Forma zajęć		
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Egzamin pisemny	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Warunkiem dopuszczenia do zaliczenia jest obecność zgodna z Regulaminem Studiów PBŚ. Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest przystąpienie i pozytywna ocena z egzaminu.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji
	Egzamin pisemny
W1	x
W2	x
U1	x
K1	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Kotler Ph., Lane Keller K., Chernev A., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2025.
2. Boguszewicz-Kreft M., Marketing doświadczeń. Jak poruszyć zmysły, zaangażować emocje, zdobyć lojalność klientów, Wydawnictwo Profinfo, Warszawa 2024.
3. Kamińska J., Biblia Social Media, Wydawnictwo Expertia, Katowice 2021.
4. Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka., Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2016.
5. Wrzosek W., Strategie marketingowe, PWE, Warszawa 2004.

Literatura uzupełniająca

1. Veksner S., 101 idei, które zmieniły reklamę, TMC, 2014.
2. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., Marketing 5.0. Technologie przyszłości, MT Biznes, Warszawa 2021.

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
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	20
	Studiowanie literatury	4
	Konsultacje	3
	Przygotowanie do zaliczenia	1
	Praktyka (praca własna studenta)	1
	Inne (przygotowanie do egzaminu)	1
Łączny nakład pracy studenta		60
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut