



Karta przedmiotu
Marketing

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie i inżynieria produkcji Specjalność - Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (inż.) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia niestacjonarne	Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZIP-PN.PI4B.0698.23 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 i godziny zajęć • Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 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
Wiedza:			
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
Umiejętności:			
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
Kompetencje społeczne:			
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	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	10
	Przygotowanie do zaliczenia	10
	Przygotowanie do zajęć	10
	Przygotowanie do egzaminu	10
Łączny nakład pracy studenta		85
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut