



**POLITECHNIKA  
BYDGOSKA**  
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu  
Marketing usług

**1. Informacje podstawowe**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>zarządzanie<br>Specjalność: marketing w organizacji<br><b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b><br>Wydział Zarządzania<br><b>Poziom studiów</b><br>pierwszego stopnia (lic.)<br><b>Profil studiów</b><br>Profil ogólnoakademicki<br><b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne |                                                                                                                                           | <b>Cykl kształcenia (nabór)</b><br>2023/24<br><b>Kod przedmiotu</b><br>08ZAMORN.PL20D.0908.23<br><b>Języki wykładowe</b><br>polski<br><b>Obligatoryjność</b><br>Obligatoryjny specjalnościowy<br><b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty specjalnościowe |
| <b>Wymagania wstępne</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Brak wymagań.                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Przedmioty wprowadzające</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Marketing.                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Koordynator</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Ewa Koreleska                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Okres</b><br>Semestr 6                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Forma zaliczenia</b><br>Zaliczenie na ocenę<br><br><b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b><br>Wykład: 10<br>Ćwiczenia audytoryjne: 10 | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>4.0                                                                                                                                                                                                                    |

**2. Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                           | Opis efektów uczenia się                                                                                                                    | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się | Odniesienie do charakterystyk PRK |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Wiedza:</b>                |                                                                                                                                             |                                                 |                                   |
| W1                            | Definiuje usługi. Rozróżnia cechy produktów materialnych i niematerialnych. Zna instrumenty marketingowe wykorzystywane w marketingu usług. | ZA_O1_K_W11                                     | P6S_WG                            |
| <b>Umiejętności:</b>          |                                                                                                                                             |                                                 |                                   |
| U1                            | Analizuje i interpretuje studia przypadków metodami 7P, czynników jakości i RAPP.                                                           | ZA_O1_K_U25                                     | P6S_UW                            |
| <b>Kompetencje społeczne:</b> |                                                                                                                                             |                                                 |                                   |
| K1                            | Jest kreatywny w tworzeniu marketingu produktów niematerialnych.                                                                            | ZA_O1_K_K08                                     | P6S_KO                            |

### 3. Treści programowe

| Lp. | Treści programowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Formy zajęć           | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| 1.  | Charakterystyczne cechy usług i ich implikacje marketingowe. Klasyfikacja i typizacja usług. Funkcje usług. Geneza i specyfika marketingu usług. Procedura segmentacji w marketingu usług. Specyfika marketingu- mix w działalności usługowej – metoda 7P. . Znaczenie jakości usług . Marketing relacyjny w usługach – metoda RAPP. Problemy strategiczne w działalności usługowej.Znaczenie usług w gospodarce narodowej. Nowe trendy w marketingu usług. | Wykład                | W1                                |
| 2.  | Pojęcie usług. Produkt materialny i niematerialny – różnice. Metoda 7P. Metoda RAPP. Metoda 5I. Zarządzanie jakością w usługach. Problemy i nowe koncepcje w marketingu usług.                                                                                                                                                                                                                                                                              | Ćwiczenia audytoryjne | U1, K1                            |

### 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> |
|             | Zaliczenie ustne                      | 100%           |
|             | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b> |                |
|             | Zaliczenie ustne.                     |                |

|                       |                                         |                |
|-----------------------|-----------------------------------------|----------------|
| Ćwiczenia audytoryjne | <b>Metody prowadzenia zajęć:</b>        |                |
|                       | Case study                              |                |
|                       | <b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>    | <b>Udział:</b> |
|                       | Case study                              | 100%           |
|                       | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>   |                |
|                       | Opracowanie i interpretacja case study. |                |

| Efekt uczenia się dla przedmiotu | Metody (sposoby) weryfikacji |            |
|----------------------------------|------------------------------|------------|
|                                  | Zaliczenie ustne             | Case study |
| W1                               | x                            |            |
| U1                               |                              | x          |
| K1                               |                              | x          |

## 5. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor W.J., 2012. Marketing usług. Wyd. Wolters Kluwer Polska.
2. Mitreğa M., 2023, Marketing relacji. Teoria i praktyka. CeDeWu.

### Literatura uzupełniająca

1. Otto J., 2003, Marketing w firmie usługowej. Lodart, Łódź.
2. Walsh G. Deseniss A., Kilian Th., 2009. Marketing. Eine Einfuehrung auf der Grundlage von Case Studies. 2009. <http://www.springer.com>

## 6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

| Aktywność studenta                                                                                        |                                       | Obciążenie studenta<br>Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia | Wykład                                | 10                                   |
|                                                                                                           | Ćwiczenia audytoryjne                 | 10                                   |
| Praca własna studenta                                                                                     | Konsultacje                           | 10                                   |
|                                                                                                           | Przygotowanie do zajęć                | 20                                   |
|                                                                                                           | Zbieranie informacji do zadanej pracy | 15                                   |
|                                                                                                           | Studiowanie literatury                | 15                                   |
|                                                                                                           | Przygotowanie do zaliczenia           | 20                                   |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                                                                       |                                       | 100                                  |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>                                                                                |                                       | 4                                    |

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut