



**POLITECHNIKA  
BYDGOSKA**  
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu  
**Marketing przemysłowy**

**1. Informacje podstawowe**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>zarządzanie i inżynieria produkcji<br><br>Specjalność: zarządzanie procesami produkcyjnymi<br><b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b><br>Wydział Zarządzania<br><br><b>Poziom studiów</b><br>pierwszego stopnia (inż.)<br><br><b>Profil studiów</b><br>Profil praktyczny<br><br><b>Forma studiów</b><br>studia stacjonarne |                                                                                                                                                                       | <b>Cykl kształcenia (nabór)</b><br>2023/24<br><br><b>Kod przedmiotu</b><br>08ZIP-PZPPS.PI10D.0735.23<br><br><b>Języki wykładowe</b><br>polski<br><br><b>Obligatoryjność</b><br>Obligatoryjny specjalnościowy<br><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 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Forma zaliczenia</b><br>Zaliczenie na ocenę<br><br><b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b><br>Wykład: 30<br>Ćwiczenia audytoryjne: 15<br>Ćwiczenia projektowe: 15 |                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>3.0 |

**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 podstawowe pojęcia związane z marketingiem przemysłowym, potrafi określić jego specyfikę. Klasyfikuje narzędzia marketingu przemysłowego. | ZIP_P1_K_W08                                    | P6S_WG                            |
| W2                            | Ma podstawową wiedzę o funkcjonowaniu przedsiębiorstwa produkcyjnego i usługowego w obszarze marketingu.                                            | ZIP_P1_K_W08                                    | P6S_WG                            |
| <b>Umiejętności:</b>          |                                                                                                                                                     |                                                 |                                   |
| U1                            | projektuje zespół narzędzi marketingowych dla wybranych produktów przemysłowych. Potrafi przeprowadzić analizę sytuacyjną.                          | ZIP_P1_K_U04                                    | P6S_UW                            |
| U2                            | Potrafi zastosować zdobytą wiedzę z zakresu marketingu i zarządzania do rozwiązywania zadań operacyjnych w działalności produkcyjnej i usługowej.   | ZIP_P1_K_U04                                    | P6S_UW                            |
| <b>Kompetencje społeczne:</b> |                                                                                                                                                     |                                                 |                                   |
| K1                            | śledzi nowe trendy marketingowe, ma świadomość złożoności funkcjonowania gospodarki rynkowej i zmienności otoczenia.                                | ZIP_P1_K_K09                                    | P6S_KO                            |
| K2                            | Rozumie konieczność wdrażania nowoczesnych technologii i postępu technicznego w procesach produkcyjnych.                                            | ZIP_P1_K_K08                                    | P6S_KK                            |

### 3. Treści programowe

| Lp. | Treści programowe                                                                                                                                                                                                                           | Formy zajęć           | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| 1.  | Specyfika marketingu przemysłowego. Segmentacja na rynku dóbr przemysłowych. Analiza i ocena rynku. Promocja w marketingu przemysłowym. Kształtowanie produktu. Polityka ceny. Dystrybucja na rynku dóbr przemysłowych. Analiza przypadków. | Wykład                | W1, W2                            |
| 2.  | Plan marketingowy. Analiza przypadków.                                                                                                                                                                                                      | Ćwiczenia audytoryjne | U2, K1, K2                        |
| 3.  | Wykonanie projektu dla przedsiębiorstwa produkcyjnego na podstawie zadanych parametrów.                                                                                                                                                     | Ćwiczenia projektowe  | U1, K1, K2                        |

### 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> |
|                       | Kolokwium                                                                                     |  | 100%           |
|                       | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>                                                         |  |                |
|                       | Zaliczenie na podstawie kolokwium.                                                            |  |                |
| 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>                                                         |  |                |
|                       | Zaliczenie na podstawie analizy i oceny działalności marketingowej wybranych przedsiębiorstw. |  |                |
| Ćwiczenia projektowe  | <b>Metody prowadzenia zajęć:</b>                                                              |  |                |
|                       | Projekt                                                                                       |  |                |
|                       | <b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>                                                          |  | <b>Udział:</b> |
|                       | Projekt                                                                                       |  | 100%           |
|                       | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>                                                         |  |                |
|                       | Zaliczenie na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji.                           |  |                |

| Efekt uczenia się dla przedmiotu | Metody (sposoby) weryfikacji |            |         |
|----------------------------------|------------------------------|------------|---------|
|                                  | Kolokwium                    | Case study | Projekt |
| W1                               | x                            |            |         |
| W2                               | x                            |            |         |
| U1                               |                              |            | x       |
| U2                               |                              | x          |         |
| K1                               |                              | x          | x       |
| K2                               |                              | x          | x       |

## 5. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Łazorko, K., 2021. Marketing przemysłowy. Oficyna wydawnicza Stowarzyszenia Menedżerów Jakości i Produkcji. Częstochowa.
2. Urbaniak M., 1998. Marketing przemysłowy i zagadnienia jakości. Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.

### Literatura uzupełniająca

1. Skorupska J., Truszkowski P., 2023. B2B E-commerce. Podręcznik menedżera. PWE
2. Backhaus K., Voeth M., 2015. Besonderheiten des Industriegütermarketing, Springer Fachmedien Wiesbaden 2015, s.17-29.  
[https://www.springer.com/cda/content/document/cda\\_downloadaddocument/9783834946805-c1.pdf?SGWID=0-0-45-1512198-p177354425](https://www.springer.com/cda/content/document/cda_downloadaddocument/9783834946805-c1.pdf?SGWID=0-0-45-1512198-p177354425) file:///C:/Documents%20and%20Settings/xp/Moje%20dokumenty/Downloads/9783834946805-c1.pdf

## 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                 | 30                                   |
|                                                                                                           | Ćwiczenia audytoryjne  | 15                                   |
|                                                                                                           | Ćwiczenia projektowe   | 15                                   |
| Praca własna studenta                                                                                     | Przygotowanie do zajęć | 5                                    |
|                                                                                                           | Studiowanie literatury | 5                                    |
|                                                                                                           | Przygotowanie projektu | 5                                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                                                                       |                        | <b>75</b>                            |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>                                                                                |                        | <b>3</b>                             |

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut