



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Planowanie marketingowe

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie w sporcie Specjalność: marketing w sporcie Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAS-PMAS.PL10D.0063.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	Podstawy marketingu	
Koordynator	Maciej Schulz	
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 15 Ćwiczenia audytoryjne: 30	Liczba punktów ECTS 4.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Rozumie istotę i znaczenie planowania marketingowego w przedsiębiorstwie	ZAS_P1_K_W03	P6S_WG
W2	Posiada wiedzę o konstruowaniu planu marketingowego i zasadach jego budowy	ZAS_P1_K_W08, ZAS_P1_K_W12	P6S_WG, P6S_WK
Umiejętności:			
U1	Potrafi zdiagnozować sytuację (pozycję) marketingową przedsiębiorstwa	ZAS_P1_K_U01, ZAS_P1_K_U02	P6S_UW, P6S_UW
U2	Potrafi podejmować decyzje w zakresie wyboru celów marketingowych firmy i odpowiedniej strategii ich realizacji	ZAS_P1_K_U02, ZAS_P1_K_U11, ZAS_P1_K_U14	P6S_UW, P6S_UW, P6S_UO
Kompetencje społeczne:			
K1	Jest kreatywny w zakresie wyszukiwania najlepszego kierunku rozwoju przedsiębiorstwa, optymalizacji i realności planu marketingowego	ZAS_P1_K_K04	P6S_KO

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Miejsce i znaczenie planowania w zarządzaniu przedsiębiorstwem; Pojęcie planu marketingowego; Rodzaje planów marketingowych. Kontrola planu marketingowe, ustalanie budżetu marketingowego oraz procedur kontrolnych	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1
2.	Podstawowe elementy planu marketingowego, misja przedsiębiorstwa, analiza aktualnej sytuacji rynkowej (analiza PEST, analiza 5 sił Portera, Analiza SWOT, macierz BCG, segmentacja rynku)	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U1, K1
3.	Cele marketingowe w planie marketingowym; Strategia marketingowa i harmonogramy wdrażania planu	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U2, K1
4.	Analiza strategiczna sytuacji firmy	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U2, K1
5.	Plan strategii marketingowych w oparciu o elementy oferty rynkowej	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U2, K1
6.	Kontrola planu marketingowe, ustalanie budżetu marketingowego oraz procedur kontrolnych	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U1, U2, K1

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

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Egzamin pisemny	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Egzamin w formie testu	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne, Case study, Praca w grupie	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	50%
	Kolokwium	50%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Kolokwium w formie test; Zaliczenie pisemne w formie propozycji rozwiązań strategicznych opartych na analizie przypadków	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Egzamin pisemny	Zaliczenie pisemne	Kolokwium
W1	x		
W2	x	x	x
U1		x	
U2		x	x
K1		x	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Wood M.B., 2007, Plan marketingowy, PWE, Warszawa

Literatura uzupełniająca

1. Bang, D., 1999, Plan marketingowy, PWE, Warszawa
2. Kłeczek, R., Kowal, W., Woźniczka J., 2002, Strategiczne planowanie marketingowe, PWN, Warszawa

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	15
	Ćwiczenia audytoryjne	30
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	10
	Przygotowanie do egzaminu	20
	Studiowanie literatury	25
	Konsultacje	20
Łączny nakład pracy studenta		120
Liczba punktów ECTS		4

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut