

表 GDAŃSK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Subject card

Subject name and code	The concept of experience marketing - examples of practical application , PG_00059206							
Field of study	Mechanical Engineering							
Date of commencement of studies	February 2023		Academic year of realisation of subject			2023/2024		
Education level	second-cycle studies		Subject group					
Mode of study	Full-time studies		Mode of delivery			at the university		
Year of study	1		Language of instruction			Polish		
Semester of study	2		ECTS credits			1.0		
Learning profile	general academic profile		Assessme	Assessment form		assessment		
Conducting unit	Institute of Ocean Engineering and Ship Technology -> Faculty of Mechanical Engineering and Ship Technology							
Name and surname of lecturer (lecturers)	Subject supervisor		dr Anna Dembicka					
	Teachers		dr Anna Dembicka					
Lesson types and methods of instruction	Lesson type	Lecture	Tutorial	Laboratory	Projec	t	Seminar	SUM
	Number of study hours	15.0	0.0	0.0	0.0		0.0	15
	E-learning hours included: 0.0							
Learning activity and number of study hours	Learning activity	Participation in didactic classes included in study plan		Participation in consultation hours		Self-study		SUM
	Number of study hours	15		0.0		0.0		15
Subject objectives	The aim of the course more often an obligat application of this ide journey mapping).	tory basis for ir	novative mark	eting strategies	of ente	rprises,	, and to show	the practical

Learning outcomes	Course outcome	Subject outcome	Method of verification		
	[K7_K03] understands the importance of the necessity of solving dilemmas connected with practicing a profession and providing safe working conditions in manufacturing processes and in operation of machines and devices	The student is able to resolve dilemmas related to the profession and understands the importance of ensuring safe working conditions.	[SK1] Assessment of group work skills [SK2] Assessment of progress of work [SK5] Assessment of ability to solve problems that arise in practice		
	[K7_K02] correctly identifies professional problems and is able to define the priorities and hierarchy using knowledge in solving problems	The student is able to prioritize emerging professional problems using knowledge of effective problem solving.	[SK2] Assessment of progress of work [SK3] Assessment of ability to organize work [SK4] Assessment of communication skills, including language correctness [SK5] Assessment of ability to solve problems that arise in practice		
	[K7_W11] possesses organized knowledge useful in understanding ex-technical conditioning connected with performing the profession of an engineer and taking it into consideration in engineering practice; possesses well- established knowledge within the range of intellectual property, management and organization of manufacturing processes, including the management and life- cycle of a product	The student has knowledge of non- technical aspects of performing the engineering profession, knowledge of intellectual property, management and organization of production processes, including quality and product life cycle management.	[SW1] Assessment of factual knowledge [SW3] Assessment of knowledge contained in written work and projects		
	[K7_K71] is able to explain the need to apply knowledge from humanistic, social, economic or legal sciences in order to function in a social environment	The student is able to take into account the knowledge in the field of humanities, social and economic sciences in order to optimize functioning in a social environment.	[SK3] Assessment of ability to organize work [SK5] Assessment of ability to solve problems that arise in practice		
Subject contents	 I. INTRODUCTION TO MARKETINGThe mechanism of marketing functioning, Marketing tools (4P, 4C, 7P, Marketing 5.0) and determinants of marketing functioning, Product management, offer distribution, promotion, pricing, service development management and service quality - criteria, Offer brand concept (brand identity, brand image brand personality), The concept of the target market, customer segmentation and marketing research, positioning, Contemporary consumer (customer value and customer value, customer satisfaction and loyalty) Areas of purchasing expectations (psychological, economic and marketing, socio-cultural), Value marketing, Digital marketing aimed at generation Z and Alpha, Marketing communication in social media II CONCEPT OF EXPERIENCE MARKETINGGenesis of experience marketing, Pillars of building positive customer experience, Experience categories, Experience areas, Strategic experience modules, Touchpoints, Buyer Persona creation, Experience shaping stages, Experience management, Customer Journey Map and Employee Journey Map Company, Empathy Map, Feelings Map, Service Scheme. 				
Prerequisites and co-requisites	Basic knowledge of economics and management.				
Assessment methods and criteria	Subject passing criteria customer journey map design	Passing threshold 60.0%	Percentage of the final grade 60.0%		
	team presentation	60.0%	40.0%		

Work is Treate and Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press Climore James H., B. Joseph Pine II. 2007. Authenticity. What Consources really want. Boston: Harvard Business School Press Shaw Colin., John Ivens. 2005. Building Great Customer Experiences. New York: Paignave Macmillan. Lamon Katherine N., Pater C. Verhoet 2018. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Experience. New York: Regrave Macmillan. A. Utbateki, L. Dideva, Tworzenie doświadczeń kilentów, Helion S. A., Warszawa 2013. K. Miglezhowska. Customer Experience Management. Helion, Giwice 2020. Supplementary Iterature Amstoring C., Kostar, J. Pener, L. Ostowska, Wolfswiczen, Wolfers Kluwer Polska, Warszawa 2016. Supplementary Iterature Anazirkiwcz Połsty, W. Pizio, Kateling, Wiprowstzenie, Wolfers Kluwer Polska, Warszawa 2016. Matkeling przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczasnego, red. natk., G., Fosta, J. Pener, L. Ostrowska, Wydzwictwo C. H. Beck, Warszawa 2016. Matkeling anazych K. J. Kotlarijaya, I. Setlawan, Markeling 4.0, MT Biznes. Warszawa 2017. P. Kotlar, H. Kartalaya, I. Setlawan, Markeling 5.0, MT Biznes. Warszawa 2017. P. Kotlar, H. Kartalaya, I. Setlawan, Markeling 5.0, MT Biznes. Warszawa 2018. M. Ball, Maawaruam. Jak Internet przyszłości zrewołucjonizuje śwat bizreswy 2017. Warszawa 2012. P. Kotlar, H. Kartalaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes. Warszawa 2016. M	Recommended reading	Basic literature	Pine II B. Joseph, James H. Gilmore. 1999. The Experience Economy:		
Gimore James H. B. Joseph Pine II. 2007. Authenticity. What onsumers really want. Boston: Harvard Business School Press Shaw Colin, John Ivens. 2005. Building Great Customer Experiences. New York: Paigrave Matemilian. Lemon Katherine N., Peter C. Varhoof. 2016. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. Journal of Markeling 20(4): 6969. A. Urbateki, L. Dolava, Tvorzonie doświadczeń klientów, Helion S. A., Warszawa 2012. K. Dziewanowska, A. Kasprzski, Markeling doświadczeń, PWN, Warszawa 2013. M. Lindstrom, Brand sense, Helion, Gliwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2000. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2000. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2001. Supplementary Ilterature Piebla, Warszawa 2012. Markeling przyszbłód. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnickova C.H. Beck, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setlawan, Markeling 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setlawan, Markeling 4.0, MT Biznes, Warszawa 2018. Markeling analytics. Jak skutecznie korzysteż ze stołystyk, anali, madel i by daka wrantening, PVNI, Warszawa 2018. Markeling analytics. Jak skutecznie korzysteż ze stołystyk, anali, madel i by daka wrantening, PVNI, Warszawa 2018. Markeling w erze tschologii cyfowych. Novoczesne kancepcje i wyzowini, red I nauk, B. Gregor, D. Kaczonwake Syschaliska, PVNI, Warszawa 2018. M. Ball, Melawarsum, Jak Internet przystłości zrewołucjonizuje świst biznesy, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Arcey na płatornie Nauczanie: Koncopcja markeling (PC), 00592011, W. sen. 2, amony zyszkał wodoł (PC), 0059201, W. sen. 2, amony zyszkał wodoł (PC), 0059201, W. sen. 2, amony zyszkał zawa zawa płac	Recommended reading		Work is Theatre and Every Business a Stage. Boston: Harvard		
consumers really wart. Boston: Harvard Business School Press Shaw Colin, John Ivens. 2005. Building Great Customer Experiences. New York: Palgrace Macmillan. Lemon Katherine N., Peter C., Verhoef. 2016. Understanding Customer Experience Trivolghout the Customer Journey. Journal of Marketing Bol(): 6566. A. Urbanist, L. Dziewa, Tworzenie doświadczeń, klientów, Helion S. A., Warszawa 2021. K. Dziewanowska, A. Kacprzak, Marketing doświadczeń, PWN, Warszawa 2021. M. Lindstrom, Brand sense, Helion, Gilwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gilwice 2020. Supplementary literature Armstrong G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Watszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk, G. Robs, J. Perenc, I. Stotowska, Wytawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2018. Marketing werze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepje I Wyzawia, ed. nauk, B. Clegor, D. Kaczotowska-Spychalaka, PWN, Warszawa 2018. Marketing winzewa 2018. Marketing van platformie eNauczanie Rozotowska-Spychalaka, PWN, Warszawa 2018. Marketing winze platformie eNa					
consumers really wart. Boston: Harvard Business School Press Shaw Colin, John Ivens. 2005. Building Great Customer Experiences. New York: Palgrace Macmillan. Lemon Katherine N., Peter C., Verhoef. 2016. Understanding Customer Experience Trivolghout the Customer Journey. Journal of Marketing Bol(): 6566. A. Urbanist, L. Dziewa, Tworzenie doświadczeń, klientów, Helion S. A., Warszawa 2021. K. Dziewanowska, A. Kacprzak, Marketing doświadczeń, PWN, Warszawa 2021. M. Lindstrom, Brand sense, Helion, Gilwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gilwice 2020. Supplementary literature Armstrong G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Watszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk, G. Robs, J. Perenc, I. Stotowska, Wytawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Koller, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2018. Marketing werze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepje I Wyzawia, ed. nauk, B. Clegor, D. Kaczotowska-Spychalaka, PWN, Warszawa 2018. Marketing winzewa 2018. Marketing van platformie eNauczanie Rozotowska-Spychalaka, PWN, Warszawa 2018. Marketing winze platformie eNa			Oliveran Lawson H. D. Jacob Direc H. 2007. Astheratistic Mitch		
New York: Paigrave Macmilian. Lamon Katherine N., Peter C. Verhoef. 2016. Understanding Customer Experience Trincighou the Customer Journey. Journal of Markeling 20(6): 669. A. Urbartaki, L. Dziewa, Tworzenie doświadczeń kilentów, Helion S. A., Warszawa 2021. K. Dziewanowska, A. Kacprzak, Marketing doświadczeń, PWN, Warszawa 2013. M. Lindstrom, Brand sense, Helion, Gliwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2020. Supplementary literature Amsteing G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wotlers Kluwer Polska, Warszawa 2012. Markeling przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. natk., G. Rosa, J. Peren, I. Ostrowska, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazuriewicz, Pizlo, W. Pizlo, Marketing 40, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 40, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 40, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 50, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 50, MT Biznes, Warszawa 2017. Warszawa 2018. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analz, modeli big data w marketingu. PWN, Warszawa 2019. Marketing w arza technologii cyfrowph. Novoczesne koncopeje J. Wyzwrotin, ref. dataki, B. Gregor, D. Kaczorowskia, Synchelska, PWN, Warszawa 2018. Wareszon a platformie e Nauczanie: Koncopeje amarketingu doświadczen ¹ , przykłady praktycznego Wyzwrotin, ref. datekc					
Experience Throughout the Customer Journey. Journal of Marketing BIQ(): 6980. A. Urbankii, L. Dziewa, Tworzanie doświadczeń klientów, Helion S. A., Warszawa 2021. K. Dziewanowska, A. Kaprzak, Marketing doświadczeń, PWN, Warszawa 2013. M. Lindstrom, Brand sense, Helion, Gliwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2020. Supplementary literature Armstrong G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. natk., G. Rosa, J. Perenci, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewski, J. Dzielowan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 6.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setlawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. M. Grageby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystałż ze statystyk, analiz, modeli big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcja i Warszawa 2018. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcja i Warszawa 2018. Marketing w anaketingu doświadczeri - przykłady praktycznego wzorzał w Michie D: 33980 M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości zrewoł					
Warszawa 2021. K. Dziewanowska, A. Kacprzak, Marketing doświadczeń, PWN, Warszawa 2013. M. Lindistrom, Brand sense, Helion, Gliwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2020. Supplementary literature Armstrong G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk., G. Rosa, J. Perrenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewicz-Pizio, W. Pizio, Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywnóść na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2021. M. Grigoby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big dala w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w rze technologii cyfowych, Nowoczesne koncepcje i wyzwama, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychatska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat bizmesu, Mraszawa 2018. M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat bizmesu, Mraszawa 2018. M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości prewolucjonizuje świat bizmesu, Mraszawa 2022. eResources addresses Adrey na platformie eNauczanie: Korocepia marketingu doświadczeń - nzyskłady praktycznego wydozystana (PG 000052007) (PG 00505211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodie ID: 33698 Krample ijesuest/ rozent feat masks final propert of the client's journey map - based on the theoretica			Experience Throughout the Customer Journey. Journal of Marketing		
Warszawa 2013. Warszawa 2013. M. Lindstrom, Brand sense,Helion, Gliwice 2009. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2020. Supplementary literature Armstrong G., Koller P. Marketing, Wprowadzenie, Wollers Kluwer Polska, Warszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewicz-Pizło, W. Pizło, Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. Warszawa 2017. Warketing werze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzywania, red, nacki, B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2019. Marketing werze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzywania, red, nacki, B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2019. Warszawia 2016. M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat bizmesu, WT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu dowiadczeń - przykłady praktycznego wykorz					
K. Wojciechowska, Customer Experience Management, Helion, Gliwice 2020. Supplementary Ilterature Armstrong G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. natk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewicz-Pizio, W. Pizio, Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. W. Grigsby, Marketing analytics, Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. natk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platfornie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadtocza - przykłady praktycznego wykorzystania (PG. Doüdsz06) (PC. Doizystin), W. ser. 2, zimowy 2023/24 - Moodie ID: 33898 https://enauczanie.gu.ed.up.limoodie/course/view.php?ld=33698 Example issues// example questions// tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
2020. Supplementary literature Armstrong G., Kotler P. Marketing, Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk, G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk, G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewicz-Pizło, W. Pizło, Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk, B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświaczeń - przyklady praktycznego wykorzystenia (FG, D003920) (PG 20059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID. 33080 Rizyienau czanie p. do ujimodel/course/view.php?id=33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks			M. Lindstrom, Brand sense, Helion, Gliwice 2009.		
Polska, Warszawa 2012. Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewicz-Pizlo, W. Pizlo, Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu. PWN, Warszawa 2019. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu. PWN, Warszawa 2018. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk, B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum, Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_0005921), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodie ID: 33898 Example issues/ exestions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
nauk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016. A. Mazurkiewicz-Pizło, W. Pizło, Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum. Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG 00059206) (PG 00059211), W. sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks		Supplementary literature			
aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2017. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum. Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcje narketingu doświatczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG 00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks			nauk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck,		
Warszawa 2017. Warszawa 2017. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0, MT Biznes, Warszawa 2021. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum. Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodel ID: 33698 https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
Warszawa 2021. Warszawa 2021. M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum. Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019. Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum. Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698 https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
wyzwania, red. nauk., B. Gregór, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. M. Ball, Metawersum. Jak internet przyszłości zrewolucjonizuje świat biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
biznesu, MT Biznes, Warszawa 2022. eResources addresses Adresy na platformie eNauczanie: Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698 https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=33698 Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks			wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN,		
Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks					
Example issues/ example questions/ tasks being completed final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and practical team tasks		eResources addresses	Koncepcja marketingu doświadczeń - przykłady praktycznego wykorzystania (PG_00059206) (PG_00059211), W, sem. 2, zimowy 2023/24 - Moodle ID: 33698		
	example questions/	final project of the client's journey map - based on the theoretical knowledge gained during the lecture and			
	Work placement	Not applicable			