



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	MARKETING, PG_00050161						
Kierunek studiów	Analityka gospodarcza						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2020 r.			Rok akademicki realizacji przedmiotu	2020/2021		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie			Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne			Sposób realizacji	na odległość (e-learning)		
Rok studiów	1			Język wykładowy	polski		
Semestr studiów	2			Liczba punktów ECTS	3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki			Forma zaliczenia	zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot			dr hab. Edyta Gołąb-Andrzejak			
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu			dr hab. Edyta Gołąb-Andrzejak mgr inż. Agnieszka Firgolska			
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 30.0						
	MARKETING 2020/2021 - Moodle ID: 12531 https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=12531						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM	
	Liczba godzin pracy studenta	30		5.0	40.0	75	
Cel przedmiotu	Zapoznanie słuchaczy z podstawowymi założeniami dotyczącymi marketingu i jego istotą. Przybliżenie działań i narzędzi marketingowych stosowanych w praktyce gospodarczej. Ukazanie znaczenia analitycznej części działań w obszarze marketingu niezbędnej do podejmowania decyzji marketingowych.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_W12] Ma elementarną wiedzę w zakresie ewolucji struktur, instytucji i więzi społeczno-gospodarczych.		Student definiuje i opisuje pojęcie marketingu, jego genezę i koncepcje. Określa elementy otoczenia dalszego i bliższego. Charakteryzuje podstawowe pojęcia związane z segmentacją rynku, procesem podejmowania decyzji oraz projektowaniem strategii marketingowej. Charakteryzuje najważniejsze narzędzia marketingu-mix.		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej [SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym		
	[K6_U03] Potrafi identyfikować i analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych.		Student potrafi analizować działania marketingowe firm w kontekście mikro i makrootoczenia.		[SU2] Ocena umiejętności analizy informacji [SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi		
	[K6_U13] Umie doskonalić się poprzez systematyczne pozyskiwanie wiedzy i umiejętności.		Student planuje strategię marketingową i działania taktyczno-operacyjne z uwzględnieniem otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa i uwarunkowań wewnętrznych.		[SU1] Ocena realizacji zadania		

Treści przedmiotu	<p>Wykłady: Geneza, koncepcje i pojęcie marketingu. System marketingu i jego elementy. Pojęcie rynku. Otoczenie dalsze i bliższe. Segmentacja i wybór rynku docelowego. Badania marketingowe. Klienci i ich zachowania. Strategie marketingowe. Polityka produktu. Polityka ceny. Polityka dystrybucji. Polityka promocji.</p> <p>Ćwiczenia: Realizacja zadań</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	test	60.0%	51.0%
	rozwiązywanie zadań	60.0%	49.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. Kotler Ph., Keller K. L. (2017), Marketing, Dom Wydawniczy Rebis</p> <p>2. Kotler Ph., Setiaw I., Hermawan K. (2017), Marketing 4.0 Era cyfrowa, MT Biznes</p> <p>3. Michalski E., (2018), Marketing, Wydawnictwo Naukowe PWN</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>1. Armstrong G., Kotler Ph., (2016), Marketing. Wprowadzenie, Wydawnictwo Nieoczywiste</p> <p>2. Marketing - ujęcie systemowe. (Red.) M. Daszkowska, Wyd. PG, 2005.</p>	
	Adresy eZasobów	<p>Uzupełniające</p> <p>https://marketingprzykawie.pl/ - Portal internetowy opisujący aktualne działania marketingowe podejmowane przez firmy działające na polskim rynku.</p>	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>1. Wykonaj segmentację rynku dla firmy X.</p> <p>2. Zaproponuj strategię marketingową dla firmy X.</p> <p>3. Dokonaj analizy mikro- i makrootoczenia firmy X.</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		