POLITECHNIKA GDAŃSKA

Karta przedmiotu

| | | | |
|---|---|---|---|
| Nazwa i kod przedmiotu | Marketing w transporcie wodnym, PG_00045222 | | |
| Kierunek studiów | Transport i logistyka, Transport i logistyka | | |
| Data rozpoczęcia studiów | październik 2020 r. | Rok akademicki realizacji przedmiotu | 2021/2022 |
| Poziom kształcenia | I stopnia - inżynierskie | Grupa zajęć | |
| Forma studiów | stacjonarne | Sposób realizacji | na uczelni |
| Rok studiów | 2 | Język wykładowy | polski |
| Semestr studiów | 4 | Liczba punktów ECTS | 2.0 |
| Profil kształcenia | ogólnoakademicki | Forma zaliczenia | zaliczenie |
| Jednostka prowadząca | Wydział Inżynierii Mechanicznej i Okrętownictwa -> Instytut Budowy Okrętów | | |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot | dr Anna Dembicka | |
| | Prowadzący zajęcia z przedmiotu | dr Anna Dembicka | |

**Formy zajęć i metody nauczania**

| Forma zajęć | Wykład | Ćwiczenia | Laboratorium | Projekt | Seminarium | RAZEM |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Liczba godzin zajęć | 30.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 30 |

W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0

Adresy na platformie eNauczanie:

Marketing w transporcie wodnym W, TiL Zarządzanie logistyczne w transporcie, sem. 04, letni 21/22 (O: 10290) - Moodle ID: 21917
https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=21917

**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 | 1.5 | 18.5 | 50 |

**Cel przedmiotu**

Celem przedmiotu jest poznanie i zrozumienie mechanizmów działalności marketingowej przedsiębiorstw z sektora transportu wodnego. Wstępem do uszczegółowionych analiz będzie przybliżenie ekonomicznych aspektów transportu wodnego (morskiego i śródlądowego), zasad zrównoważonego transportu i marketingu społecznego.

**Efekty uczenia się przedmiotu**

| Efekt kierunkowy | Efekt z przedmiotu | Sposób weryfikacji i oceny efektu |
|---|---|---|
| [K6_W07] ma wiedzę ogólną w zakresie nauk humanistycznych, społecznych i ekonomicznych. Zna zasady tworzenia form indywidualnej przedsiębiorczości i prowadzenia działalności gospodarczej oraz ma wiedzę z zakresu ochrony własności przemysłowej i intelektualnej oraz z zakresu prawa autorskiego | Student posiada wiedzę w zakresie nauk humanistycznych, społeczno-ekonomicznych. Poznał zasady powstawania i funkcjonowania indywidualnej przedsiębiorczości, ma wiedzę na temat ochrony własności przemysłowej i intelektualnej oraz z zakresu praw autorskich. | [SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji<br>[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym<br>[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej |
| [K6_U07] uwzględnia wiedzę z zakresu nauk humanistycznych, społecznych i ekonomicznych w rozwiązywaniu problemów | Student potrafi uwzględniając wiedzę z obszaru nauk humanistycznych, społecznych i ekonomicznych, rozwiązać określone problemy. | [SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania<br>[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu<br>[SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi |
| [K6_W08] ma wiedzę dotyczącą zasad zrównoważonego rozwoju | Student posiada wiedzę na temat zasad zrównoważonego rozwoju. | [SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym<br>[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej<br>[SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji |

| | |
|---|---|
| Treści przedmiotu | Współczesna polityka transportowa - koncepcje zrównoważonego rozwoju transportu i problemy polityki transportowej (europejskiej) w wybranych rodzajach transportu.<br><br>Innowacje w transporcie wodnym - udoskonalenia i nowe rozwiązania zwiększające efektywność ekonomiczną, finansową, technologiczną oraz zmniejszające degradacyjny wpływ na środowisko.<br><br>Mechanizm funkcjonowania marketingu<br><br>Narzędzia marketingowe (4P, 4C, 7P, Marketing 3.0, Marketing 4.0) i determinanty funkcjonowania marketingu<br><br>Zarządzanie produktem, dystrybucja oferty, promocja, ustalanie cen, kierowanie rozwojem usług i jakość usług - kryteria<br><br>Koncepcja marki oferty (tożsamość marki, wizerunek marki, osobowość marki)<br><br>Pojęcie rynku docelowego, segmentacja klienta i badania marketingowe, pozycjonowanie<br><br>Zarządzanie marketingowe (strategie marketingowe, planowanie i organizowanie działalności marketingowej, budżetowanie)<br><br>Współczesny konsument (wartość dla klienta i wartość klienta, satysfakcja i lojalność klienta)<br><br>Obszary oczekiwań nabywczych (psychologiczny, ekonomiczno-marketingowy, społeczno-kulturowy)<br><br>Instrumenty promocji, perswazja, Internet<br><br>Wskaźniki marketingowe<br><br>Marketing wartości i marketing doświadczeń. Marketing społeczny |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Wiedza z obszaru ekonomii i zarządzania. |

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

| Sposób oceniania (składowe) | Próg zaliczeniowy | Składowa oceny końcowej |
|---|---|---|
| prezentacja opracowanego tematu, "rozwiązanie" wskazanych zadań opisowych | 60.0% | 30.0% |
| test końcowy | 60.0% | 70.0% |

Zalecana lista lektur

| | |
|---|---|
| Podstawowa lista lektur | Współczesna polityka transportowa, red. nauk., W. Rydzkowski, PWE, Warszawa 2017.<br><br>Innowacje w transporcie, red. nauk., K. Wojewódzka-Król, PWN, Warszawa 2021.<br><br>Kotler P, Caslione J. A., Chaos. Zarządzanie i marketing w erze turbulencji, MT Biznes, Warszawa 2009.<br><br>Armstrong G., Kotler P. Marketing. Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.<br><br>Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego, red. nauk., G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016.<br><br>H. Howaniec, Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstw jako element marketingu wartości, CeDeWu, Warszawa 2019. |

| | | |
|---|---|---|
| | Uzupełniająca lista lektur | K. Wojciechowska, Customer Experience Management. Moc pozytywnych doświadczeń na ścieżce Twojego klienta, Helion, Gliwice 2020.<br><br>A. Mazurkiewicz-Pizło, W. Pizło, Marketing. Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, PWN, Warszawa 2017.<br><br>P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, MT Biznes, Warszawa 2017.<br><br>M. Grigsby, Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i big data w marketingu, PWN, Warszawa 2019.<br><br>Marketing w erze technologii cyfrowych. Nowoczesne koncepcje i wyzwania, red. nauk., B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, PWN, Warszawa 2018. |
| | Adresy eZasobów | Marketing w transporcie wodnym W, TiL Zarządzanie logistyczne w transporcie, sem. 04, letni 21/22 (O:10290) - Moodle ID: 21917<br>https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=21917 |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | transport wodny śródlądowy w świetle idei zrównoważonego rozwoju, innowacyjność w transporcie morskim, przeobrażenia w marketingu mix usług transportowych, ekonomiczne i organizacyjne aspekty transportu samochodowego, kolejowego, morskiego, wodnego śródlądowego, lotniczego | |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu | Nie dotyczy | |