



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	MARKETING, PG_00037175						
Kierunek studiów	Analityka gospodarcza						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2021 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2021/2022		
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	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
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. Anna Drapińska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr hab. Anna Drapińska					
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0	16
W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0							
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	16		5.0		54.0	75
Cel przedmiotu	Nabywanie podstawowej i aktualnej wiedzy marketingowej w wybranej organizacji.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_U03] Potrafi identyfikować i analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych.		Student stosuje nabytą wiedzę marketingową do podejmowania decyzji marketingowych w przedsiębiorstwie. Student planuje strategię marketingową i działania taktyczno-operacyjne.		[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu		
	[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		
	[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		
Treści przedmiotu	Wykłady: Istota marketingu. Środowisko marketingowe. Klienci oraz segmentacja i wybór rynku celowego. Cele i strategie marketingowe. Polityka produktu. Polityka cen. Dystrybucja i marketing relacji. Polityka komunikacji marketingowej. Ćwiczenia: Realizacja zadań - studia przypadków						
Wymagania wstępne i dodatkowe							

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	test	60.0%	50.0%
	raport	60.0%	17.5%
	sprawdziany	60.0%	17.5%
	prezentacja	60.0%	15.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Marketing - ujęcie systemowe. (Red.) Daszkowska M., Wyd. PG, 2005. 2. Kotler Ph., K.L. Keller, Marketing, Dom wydawniczy Rebis, Poznań 2012. 3. Garbarski L. Rutkowski I. Wrzosek W., Marketing, Punkt zwrotny nowoczesnej firmy, PWE Warszawa 2000.	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Michalski E., Marketing. Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003. 2. Armstrong G., Kotler Ph., Marketing. Wprowadzenie. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012. 3. Koszty i efekty działań marketingowych. (Red.) Garbarski L., Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2008.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Środowisko marketingowe. Segmentacja i wybór rynku docelowego. Polityka produktu. Dystrybucja i marketing relacji.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		