



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	ESSENTIALS OF MARKETING, PG_00061167							
Kierunek studiów	Zarządzanie (studia w jęz. angielskim)							
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025			
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 uczelni			
Rok studiów	1	Język wykładowy			angielski			
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			5.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin			
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Natalia Przybylska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu							
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM	
	Liczba godzin zajęć	30.0	15.0	0.0	0.0	0.0	45	
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	45		8.0		72.0	125	
Cel przedmiotu	Identyfikuje najistotniejsze działania i narzędzia marketingowe stosowane w praktyce gospodarczej, warunkujące efektywne podejmowanie decyzji marketingowych							
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu			Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_W04] wykazuje się kreatywnym i przedsiębiorczym działaniem w identyfikowaniu i rozwiązywaniu innowacyjnych pomysłów		planuje działania marketingowe z uwzględnieniem uwarunkowań wewnętrznych i otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa, przygotowując projekt ich wdrożenia			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
[K6_U01] wyjaśnia jak analizować i oceniać procesy zarządzania w kontekście możliwości ich doskonalenia		prezentuje w sposób profesjonalny wyniki przeprowadzonej analizy marketingowej przedstawiając jej zaawansowaną interpretację			[SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania			
Treści przedmiotu	WYKŁAD Pojęcie marketingu i systemu marketingu Zarządzanie marketingowe Klienci i ich zachowanie Tworzenie wartości dla klientów docelowych Tworzenie przewagi konkurencyjnej Tworzenie produktu i polityka produktu Polityka cen Miejsce i dystrybucja Promocja i komunikacja marketingowa Marketing interaktywny i relacji Marketing cyfrowy Etyka i odpowiedzialność społeczna marketingu ĆWICZENIA Określenie marketingu i elementów systemu marketingu Analiza makrootoczenia Analiza mikrootoczenia Rozpoznanie klientów i zachowań nabywców Tworzenie wartości dla klientów docelowych Budowanie przewagi konkurencyjnej Kreowanie produktu Polityka cen Projektowanie dystrybucji Projektowanie promocji i komunikacji marketingowej Tworzenie marketingu relacji Zrozumienie marketingu cyfrowego Wdrożenie etyki i odpowiedzialności społecznej marketingu							
Wymagania wstępne i dodatkowe								

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Egzamin	60.0%	60.0%
	Projekt	60.0%	31.0%
	Prezentacja	0.0%	9.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Ph. Kotler, G. Armstrong, Principles Of Marketing (15th Edition),prentice Hall, 2013,</p> <p>Ph. Kotler, K. Keller, Marketing (14th Edition), Poznań, 2019,</p> <p>Seth Godin, This is Marketing, Portfolio Penguin, 2019.</p> <p>Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. <i>Marketing 5.0: Technology for humanity</i>. John Wiley &amp; Sons, 2021.</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Blythe J.: Principles &amp; Practise of Marketing, THOMSON, London 2006</p> <p>Hair J.F., Bush R.P., Ortinau D.J., Marketing Research in a Digital Information Environment, McGraw-Hill/Irwin, New York 2009</p> <p>Clow, K.E., Baack D., Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication, Pearson Education Ltd, Harlow 2014</p>	
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Zdefiniuj najważniejsze wyzwania marketingowe.</p> <p>Scharakteryzuj wady i zalety bezpośrednich kanałów dystrybucji.</p> <p>W jaki sposób zróżnicować ofertę przedsiębiorstwa poprzez usługi?</p> <p>Podaj przykłady technik angażujących klientów za pośrednictwem mediów społecznościowych.</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		