



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	MARKETING, PG_00061100						
Kierunek studiów	Zarządzanie (studia w jęz. angielskim)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia	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			mieszane (blended-learning)		
Rok studiów	1	Język wykładowy			angielski		
Semestr studiów	1	Liczba punktów ECTS			3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydziały Politechniki Gdańskiej -> 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	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 8.0						
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	30		5.0		40.0	75
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		
	[K7_W03] demonstruje pogłębioną wiedzę w zakresie zastosowań metod analitycznych oraz technik formułowania i rozwiązywania problemów.		planuje działania marketingowe z uwzględnieniem uwarunkowań wewnętrznych i otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K7_U04] potrafi opracować i przekonująco zaprezentować wyniki specjalistycznych analiz, zapewniając ich pogłębioną interpretację podczas debat i spotkań z różnymi odbiorcami.		prezentuje w sposób profesjonalny wyniki przeprowadzonej analizy marketingowej przedstawiając zaawansowaną interpretację		[SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania		
Treści przedmiotu	• Pojęcie i zakres marketingu • Zarządzanie marketingowe • Makrootoczenie i mikrootoczenie • Zachowanie klientów • Tworzenie wartości dla klientów docelowych • Tworzenie przewagi konkurencyjnej • Marketing wewnętrzny i zewnętrzny • Polityka produktowa, cenowa, dystrybucja, promocja • Komunikacja marketingowa • Marketing interaktywny i relacyjny • Plan marketingowy • Nowe technologie w marketingu • Innowacje marketingowe i produktowe • Marketing cyfrowy • Nowoczesne trendy w marketingu, w tym wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI)						

Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Quizy	50.0%	30.0%
	Egzamin	50.0%	70.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Seth Godin, This is Marketing, Portfolio Penguin, 2019Kotler P., Armstrong G.: Principles of Marketing. Pearson Prentice Hall, New Jersey 2008Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. Marketing 6.0: the future is immersive. John Wiley & Sons, 2023.	
	Uzupełniająca lista lektur	Baines P., Fill Ch., Page K.: Marketing. Oxford University Press, Oxford 2008Wood M. B.: The Marketing Plan. Prentice Hall, New Jersey 2003Lindstrom, Martin. <i>Buyology: How everything we believe about why we buy is wrong</i> . Random House, 2012.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	How we can distinguish physical products by adding special services?		
	What is the characteristics of the exclusive distribution?		
	What characteristics should a market segment have?		
	Explain why a business needs a website ?		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.