POLITECHNIKA GDAŃSKA

Karta przedmiotu

| | | | |
|---|---|---|---|
| Nazwa i kod przedmiotu | PODSTAWY MARKETINGU, PG_00068535 | | |
| Kierunek studiów | Analityka gospodarcza | | |
| Data rozpoczęcia studiów | październik 2025 r. | Rok akademicki realizacji przedmiotu | 2025/2026 |
| Poziom kształcenia | I stopnia - licencjackie | Grupa zajęć | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>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 | Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu | | |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot | dr Natalia Przybylska | |
| | Prowadzący zajęcia z przedmiotu | dr Natalia Przybylska | |

**Formy zajęć**

| 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

Adresy kursu na platformie eNauczanie:

Moodle ID: 4081 Podstawy marketingu Analityka Gospodarcza Niestacjonarne Lato 2026
https://enauczanie.pg.edu.pl/2025/course/view.php?id=4081

**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 | 4.0 | 55.0 | 75 |

**Cel przedmiotu**

Identyfikuje podstawowe założenia dla działań i narzędzi marketingowych stosowanych w praktyce gospodarczej, warunkujących efektywne podejmowanie decyzji marketingowych

**Efekty uczenia się przedmiotu**

| Efekt kierunkowy | Efekt z przedmiotu | Sposób weryfikacji i oceny efektu |
|---|---|---|
| [K6_U01] potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do rozwiązywania złożonych zjawisk ekonomicznych, finansowych i społecznych. | wyjaśnia, jakie czynniki uwzględnia się w projektowaniu strategii marketingowej | [SU2] Ocena umiejętności analizy informacji<br>[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu<br>[SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi |
| [K6_W04] dysponuje zaawansowaną wiedzą dotyczącą zasad kreatywnego i przedsiębiorczego działania, umożliwiającą identyfikację oraz wdrażanie innowacyjnych pomysłów przy jednoczesnym zachowaniu wymogów ochrony praw autorskich. | planuje strategię marketingową i działania taktyczno-operacyjne z uwzględnieniem otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa i uwarunkowań wewnętrznych | [SW1] Ocena wiedzy faktograficznej |

<table>
<tr><td>Treści przedmiotu</td><td>Treści przedmiotu - wykład<br>Wprowadzenie do marketingu.<br>Geneza, koncepcje i pojęcia marketingu.<br>Otoczenie marketingowe.<br>Wybrane metody analizy otoczenia.<br>Segmentacja i wybór rynku docelowego.<br>Klient i jego zachowania.<br>Proces podejmowania decyzji przez klienta.<br>Misja i strategie marketingowe.<br>Marketing mix - 4P.<br>Polityka produktu.<br>Polityka ceny.<br>Polityka dystrybucji.<br>Polityka promocji.</td></tr>
<tr><td>Wymagania wstępne<br>i dodatkowe</td><td>brak</td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria<br>oceniania osiąganych<br>efektów uczenia się</td><td>
<table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>rozwiązywanie studiów przypadku</td><td>60.0%</td><td>30.0%</td></tr>
<tr><td>zaliczenie pisemne wykładu</td><td>60.0%</td><td>70.0%</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Zalecana lista lektur</td><td>
<table>
<tr><td>Podstawowa lista lektur</td><td>Kotler. P, Keller K.L., Marketing, Dom Wyd. Rebis, Poznań 2025<br>Marketing. Sztuka konkurowania i współpracy, red. Garbarski L., Krzyżanowska M., Wyd. Poltext. Warszawa 2023<br>Gary A., Kotler Ph., Marketing. Wprowadzenie, Wyd. Nieoczywiste, 2016<br>Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I., Marketing 5.0. Technologie Next Tech, Wyd. MT Biznes, 2021</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>Marketing. Podręcznik akademicki, red. Waśkowski, Wyd. UE w Poznaniu, Poznań 2022<br>Michalski E., Marketing. Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023<br>Kotler, P, Kartajaya, H., Setiawan, I., Marketing 6.0. Przyszłość jest immersyjna, MT Biznes, Warszawa, 2024</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania</td><td>segmentacja rynku<br>określenie poziomów produktu<br>strategia marketingowa</td></tr>
<tr><td>Zajęcia praktyczne<br>w ramach przedmiotu</td><td>Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.