Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Teorie marketingu |
| Nazwa w j. ang. | Theories of marketing |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Sabina Kwiecień | Zespół dydaktyczny |
| Katedra Zarządzania Informacją |
| Punktacja ECTS\* | 1 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem kursu jest zapoznanie studentów z pojęciami związanymi z rozwojem koncepcji marketingu, obejmując zagadnienia: począwszy od historycznego rozwoju marketingu, poprzez prezentację mutacji instrumentalnych koncepcji marketingu, po współczesne teorie. |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Podstawy z zakresu wiedzy o zarządzaniu. |
| Umiejętności | Samodzielne poszukiwanie literatury. |
| Kursy |  |

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Student zna i opisuje podstawowe teorie marketingu | K2\_W01 |
| W02. Wykazuje znajomość metod i techniki marketingowe. | K2\_W02 |
| W03. Ma pogłębioną wiedzę o organizowaniu i funkcjonowaniu systemów informacyjnych, systemów medialnych | K2\_W03 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01.Posiada kompetencje badawcze i analityczne w zakresie zarządzania informacją i publikowania cyfrowego oraz badań medioznawczych | K2\_U03 |
| U02. Umie formułować i prezentować własne poglądy oraz argumentować opinie. | K2\_U04 |
| U03. Samodzielnie zdobywa nową wiedzę i rozwija umiejętności informacyjne. | K2\_U05 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Rozumie potrzebę zarządzania informacją w wymiarze indywidualnym i organizacyjnym. | K2\_K02 |
| K02. Ma świadomość znaczenia procesów zarządzania informacją oraz jej wizualizacji w rozwoju komunikacji społecznej i medialnej | K2\_K03 |
| K03. Rozumie potrzebę nieustannego uzupełniania wiedzy i doskonalenia umiejętności | K2\_K03 |

|  |
| --- |
| Organizacja |
| Forma zajęć | Wykład(W) | Ćwiczenia w grupach |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin | 15 |  |  |  |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Zajęcia realizowane są w formie wykładów aktywizujących uzupełnianych multimedialną prezentacją. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Udział w dyskusji, Inne |
| W02 | Udział w dyskusji, Inne |
| W03 | Udział w dyskusji, Inne |
| U01 |  |
| U02 |  |
| U03 | Udział w dyskusji, Inne |
| K01 |  |
| K02 |  |
| K03 | Inne |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Zaliczenie |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Test pisemny. |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**1. Podmiot marketingu. Rozwój koncepcji marketingu (3h)2. Marketing transakcyjny (3h)3. Marketing strategiczny (3h)4. Marketing partnerski (3h)5. Koncepcje marketingu wsparte na nowoczesne technologiach komunikacyjnych (3h) |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**brak |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Michalski E. Marketing. Podręcznik akademicki, Warszawa 2022Mitręga M. Marketing relacji: teoria i praktyka, Warszawa 2023Frąckiewicz E., Marketing internetowy. Podręcznik akademicki, 2016 |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| prasa fachowa |

## Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 15 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 0 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 2 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 8 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 0 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 0 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 7 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 30 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | 1 |