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

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Podstawy marketingu |
| Nazwa w j. ang. | Basics of Marketing |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Beata Langer | Zespół dydaktyczny |
| dr Beata Langer |
| Punktacja ECTS\* | 1 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Zapoznanie z metodyką usystematyzowanego podejścia do działań marketingowych. Wskazanie jak budować zespół patrzący na problem z różnych perspektywach marketingowych oraz realizacja przez zespół wybranych prac z zakresu marketingu z wykorzystaniem narzędzi i technik wspomagających działania marketingowe. |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Podstawowa wiedza z zakresu pierszego roku zarządzania informacją |
| Umiejętności | Umiejętność pracy w zespole oraz przygotowania i zaprezentowania projektów grupowych, jak i umiejętność prezentacji rozwiązania konkrtnego problemu w pracy indywidualnej  |
| Kursy | - |

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Student zna podstawową terminologię oraz procesy zachodzące w procesie marketingowym | K\_1W01 |
| W02. Student posiada wiedzę o całości procesu marketingowego | K\_1W01; K\_1W03 |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01. Potrafi sformułować i zanalizować problem dobierając odpowiednią metodę działania w zakresie procesu marketingowego. Potrafi opracować i przedstawić wynik pisemnie lub ustnie. | K1\_U01 |
| U02. Potrafi zaplanować i zorganizować wybrane elementy procesu marketingowego  | K1\_U02 |
| U03. Potrafi formułować własne poglądy zmierzające do osiągnięcia celu w wybranych elementach procesu marketingowego  | K1\_U02 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Potrafi pracować w zespole oraz przyjąć funkcję lidera prowadzącego wybrane procesy marketingowe. Potrafi współdziałać w zakresie realizacji zadań  | K1\_K01 |
| K02. Prawidłowo interpretuje wartość kultury osobistej podczas zarządzania sytuacjami kryzysowymi w zespole marketingowym  | K1\_K02 |
|  |  |

|  |
| --- |
| Organizacja |
| Forma zajęć | Wykład(W) | Ćwiczenia w grupach |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin | 10 | 15 |  |  |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Zajęcia prowadzone stacjonarnie. Elementy zajęć (zadania i testy) zamieszczane na platformie TEAMS lub/oraz Moodle. W uzasadnionym przypadku przedmiot może być również prowadzony w czasie synchronicznym na platformie TEAMS lub/oraz Moodle. Podstawowymi metodami stosowanymi w trakcie zajęć są: praca laboratoryjna przy komputerze związana z wykonywaniem konkretnych zadań, dyskusja, analiza, prezentacja oraz praca własna zespołów.Każde zadanie ma określoną liczbę godzin pracy własnej studenta. W trakcie zajęć efekty sprawdzane mogą być poprzez testy (kolokwia), quizy edukacyjne (Kahoot), realizację zadań grupowych, czy prace/projekty indywidualne. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Praca laboratoryjna, Udział w dyskusji |
| W02 | Praca laboratoryjna, Udział w dyskusji |
| U01 | Praca laboratoryjna,  |
| U02 | Praca laboratoryjna |
| U03 | Praca laboratoryjna |
| K01 | Praca laboratoryjna |
| K02 | Praca laboratoryjna, Udział w dyskusji |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Zaliczenie z oceną |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Warunkiem zaliczenia laboratorium jest zaliczenie zadań przygotowanych na platformie TEAMS i/lub Moodle oraz obecności na zajęciach. Zaliczenie pracy końcowej w postaci przygotowanego podczas zajęć projektu, omówienia przygotowanego zadania i terminowego dodania na platformę TEAMS.Zaliczenie ewentualnych testów/kolokwiów sprawdzających wiedzę. Zajęcia kończą się zaliczeniem ze stopniem. |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**1-2. Marketing: pojęcie marketingu, system marketingu, funkcje marketingu3-4. Otoczenie przedsiębiorstwa zorientowanego marketingowo: rynek, podmioty i przedmioty rynku, instytucje rynkowe, samorząd terytorialny, państwo5-6. Produkt: produkt i jego atrybuty, wprowadzenie nowego produktu na rynek, cykl życia produktu, marka i znak towarowy, opakowanie, cena7-8. Dystrybucja: istota dystrybucji, rodzaje kanałów dystrybucji, pośrednicy9-10. Promocja: system komunikacji marketingowej, reklama, promocja sprzedaży, public relations, sprzedaż osobista.  |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**1. Omówienie zasad pracy laboratoryjnej nad zadaniami realizowanymi podczas zajęć. Prezentacja tematyki zajęć, omówienie karty kursu oraz zasad zaliczenia. Marketing: podstawowe pojęcia (2h)2. Kreatywne warsztaty integrujące grupę oraz budujące zespół, przygotowujące do wspólnej pracy w zespole marketingowym (2 h)3. Produkty konsumpcyjne i zaopatrzeniowe: analiza działań monopolistów (2h)4. Badania marketingowe (2h)5. Segmentacja rynku (2h)6. Produkt i jego atrybuty (2h)7. Marka, znak towarowy, opakowanie (3h) |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| 1. Kotler P. B., *Marketing*. Poznań 20222. Kramer T., Podstawy marketingu. Warszawa 19973. Limański A., Śliwińska K., Marketing: zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Warszawa 2002 |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| 1. Mazurkiewicz-Pizło A., Marketing. Warszawa 2021
2. Scott D.M., Marketing i PR w czasie rzeczywistym: jak błyskawicznie dotrzeć do rynku i nawiązać kontakt z klientem. Warszawa 2013
3. Tracy B., Marketing. Warszawa 2019
 |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 10 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 15 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 3 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 2 |
| 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 | 0 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 30 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | 1 |