

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA ROK AKADEMICKI 2020/2021

KIERUNEK ZARZĄDZANIE

Informacje ogólne

I.									
1 Nazwa modułu kształcenia Marketing zrównoważony									
2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł (należy wskazać nazwę zgodnie ze Statutem PSW Instytut, Zakład) Wydział Nauk Ekonomicznych Zakład Zarządzania									
3 Kod modułu (wypełnia koordynator ECTS)			4 Grupa treści kształcenia specjalistycznego				5 Typ modułu obowiązkowy		
6 Poziom studiów I stopnia			7 Liczba punktów ECTS 2				8 Poziom przedmiotu średnio- zaawansowany		
9 Rok studiów, semestr 3 rok, semestr V zimowy			10 Liczba godzin w semestrze				11 Liczba godzin w tygodniu		
			Wyk. Ćw. Lab. Sem. Proj.				Wyk. Ćw. Lab. Sem. Proj.		
studia stacjonarne			15 15						
studia niestacjonarne									

12 Język wykładowy: polski									
13 Wykładowca (wykładowcy) Jacek Kamiński, dr hab., jacek_kaminski@vp.pl									

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne 1. Ukończenie dwóch pierwszych lat studiów z zakresu Zarządzania									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

15 Cele przedmiotu									
C1	Dostarczenie wiedzy na temat zrównoważonego rozwoju oraz roli marketingu w urzeczywistnieniu tej koncepcji								
C2	Opisanie założeń koncepcji zrównoważonego marketingu								
C3	Zapoznanie studentów z instrumentami zrównoważonego marketingu								
C4	Przygotowanie studentów do prowadzenia działalności marketingowej zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju								

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych									
nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:							odniesienie do celów przedmiotu	
WIEDZA									
EK01	Scharakteryzować koncepcję zrównoważonego rozwoju oraz określić jej związek z problematyką marketingową							C1	
EK02	Opisać zastosowanie koncepcji zrównoważonego rozwoju w							C1, C2	

odniesieniu do działalności marketingowej przedsiębiorstw		
UMIEJĘTNOŚCI		
EK03	Opracować strategię zrównoważonego marketingu dla przedsiębiorstwa	C3
EK04	Stosować instrumenty zrównoważonego marketingu	C3
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EK05	Identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z działalnością marketingową odnoszące się do zrównoważonego rozwoju	C1, C2, C3, C4

17 Treści programowe

	forma zajęć - wykłady	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Wprowadzenie do problematyki zrównoważonego marketingu	2		EK01-EK05
W2	Problematyka zrównoważonego marketingu w strukturze wiedzy marketingowej	2		EK01
W3	Tradycja zainteresowania problematyką zrównoważenia w marketingu (orientacja na klienta a orientacja na interesariuszy)	2		EK02
W4	Pojęcie zrównoważonego marketingu – marketing zrównoważony, marketing ekologiczny, marketing produktów ekologicznych, zielony marketing	2		EK01, EK05
W5	Bariery utrudniające skierowanie marketingu na zrównoważoną ścieżkę rozwoju	2		EK03
W6	Zarządzanie marketingowe w zrównoważonym marketingu	3		EK04
W7	Podsumowanie wykładu	2		EK01-EK05
suma godzin		15		
	forma zajęć - ćwiczenia	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Wprowadzenie do ćwiczeń	2		EK01-EK05
ĆW2	Zrównoważona orientacja rynkowa	2		EK02
ĆW3	Zrównoważony marketing-mix	2		EK03
ĆW4	Ocena efektywności działań marketingowych w warunkach zrównoważenia	2		EK04, E05
ĆW5	Prezentacja prac grupowych	5		EK01-EK05
ĆW7	Podsumowanie ćwiczeń	2		EK01-EK05
suma godzin		15		

18 Narzędzia/metody dydaktyczne

1. wykład
2. dyskusja
3. prezentacja multimedialna
4. analiza przypadków (case study)

19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)

F1. Ocena obecności na zajęciach i aktywności studenta

F2. Ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć

F..n

P1. Zaliczenie na ocenę prezentacji na zajęciach ćwiczeniowych

P2. Zaliczenie na ocenę wykładu w formie sprawdzianu pisemnego

P..n

20 Obciążenie pracą studenta

forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	
Udział w konsultacjach	2	
Przygotowanie się do zajęć	5	
Przygotowanie się do kolokwium	5	
Przygotowanie się do zaliczenia wykładów	5	
Przygotowanie się do prezentacji	3	
SUMA	50	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2	

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca**Literatura podstawowa:**

1. Kamiński J. (2019). *Makromarketing. Nauka o marketingu wobec problemów społecznych i środowiskowych*. Warszawa: PWE
2. Kauf S., Kramarz M., Sadowski A. (2018). *Zarządzanie marketingowo-logistyczne: kontekst zrównoważonego rozwoju*. Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.

Literatura uzupełniająca:

1. Zaremba-Warnke S. (red.) (2009). *Marketing ekologiczny*. Wrocław: Wyd. UE we Wrocławiu
2. Skowronek-Mielczarek A. (red.) (2017). *Odpowiedzialne zarządzanie w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Warszawa: Oficyna Wyd. SGH.
3. Kamiński J. (2019). Zrównoważony marketing w zrównoważonym świecie – cz.1. *Marketing i Rynek*, 2, 3-15.
4. Kamiński J. (2019). Zrównoważony marketing w zrównoważonym świecie – cz.2. *Marketing i Rynek*, 3, 3-16.

22 Kryteria oceny *

NDST

DST

DB

BDB

EK01	Student nie potrafi scharakteryzować koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz określić jej związku z problematyką marketingową	Student potrafi scharakteryzować jedynie niektóre elementy koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz ich związek z problematyką marketingową	Student prawidłowo charakteryzuje koncepcję zrównoważonego rozwoju oraz określa jej związek z problematyką marketingową	Student w pełni rozumie koncepcję zrównoważonego rozwoju oraz potrafi określić jej związek z problematyką marketingową popierając swoją wiedzę przykładami
EK02	Student nie potrafi opisać zastosowania koncepcji zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do działalności marketingowej przedsiębiorstw	Student potrafi opisać jedynie niektóre elementy zastosowania koncepcji zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do działalności marketingowej przedsiębiorstw	Student potrafi prawidłowo opisać zastosowania koncepcji zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do działalności marketingowej przedsiębiorstw	Student w pełni potrafi opisać zastosowania koncepcji zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do działalności marketingowej przedsiębiorstw ilustrując swój opis przykładami
EK03	Student nie potrafi opracować strategii zrównoważonego marketingu dla przedsiębiorstwa	Student potrafi opracować jedynie niektóre elementy strategii zrównoważonego marketingu dla przedsiębiorstwa	Student potrafi opracować strategię zrównoważonego marketingu dla przedsiębiorstwa	Student potrafi opracować strategię zrównoważonego marketingu dla przedsiębiorstwa oraz umie wprowadzić ją w życie
EK04	Student nie potrafi stosować instrumentów zrównoważonego marketingu	Student potrafi stosować jedynie niektóre instrumenty zrównoważonego marketingu	Student potrafi stosować instrumenty zrównoważonego marketingu	Student potrafi stosować instrumenty zrównoważonego marketingu oraz umie interpretować ich znaczenie
EK05	Student nie potrafi identyfikować i rozstrzygać dylematów związanych z działalnością marketingową odnoszących się do zrównoważonego rozwoju	Student potrafi identyfikować i rozstrzygać niektóre dylematy związane z działalnością marketingową odnoszące się do zrównoważonego rozwoju	Student potrafi identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z działalnością marketingową odnoszące się do zrównoważonego rozwoju	Student potrafi identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z działalnością marketingową odnoszące się do zrównoważonego rozwoju oraz potrafi interpretować konsekwencje dokonywanych wyborów

Inne przydatne informacje

23 Inne przydatne informacje o przedmiocie

1. Informacja, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium, itp. – na zajęciach, strony internetowe PSW
2. Informacje na temat miejsca odbywania zajęć – miejsce zajęć zgodnie z planem zajęć

3.	Informacja na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/godzina) – jw.
4.	Informacja na temat konsultacji (godziny+miejsce) – zgodnie z semestralnym planem konsultacji

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	K_W01, K_W02	C1	W1, W2, W4, W7, ĆW1,ĆW5,ĆW6,ĆW7	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EK02	K_W05, K_W06	C1, C2	W3, ĆW2, ĆW5, ĆW6, ĆW7	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EK03	K_U01	C3	W5, W7, ĆW1, ĆW3, ĆW5, ĆW6, ĆW7	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EK04	K_U02, K_U03	C3	W1, W6, W7, ĆW1, ĆW4, ĆW5, ĆW6, ĆW7	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EK05	K_K04, K_K05	C1, C2, C3, C4	W1, W4, W7, ĆW1, ĆW4, ĆW5, ĆW6,ĆW7	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2