

KARTA PRZEDMIOTU NA ROK AKADEMICKI 2020/2021						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu kształcenia MARKETING USŁUG FINANSOWYCH						
2. Nazwa jednostki prowadzącej moduł Wydział Nauk Ekonomicznych, Zakład Finansów i Rachunkowości						
3. Grupa treści kształcenia (moduł może być realizowany w ramach treści kształcenia ogólnego, podstawowego, kierunkowego, specjalnościowego lub innego) treści kształcenia ogólnego						
4. Typ przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru) obowiązkowy						
5. Poziom studiów studia pierwszego stopnia						
6. Liczba punktów ECTS 3						
7. Poziom przedmiotu (podstawowy, średnio-zaawansowany, zaawansowany) podstawowy						
8. Rok studiów, semestr II, semestr III						
9. Liczba godzin w semestrze						
Wyk.	Ćw.	L*	Prj.Pbn.	Zp.	Pr.	
15	15					
10. Język wykładowy: polski						
11. Wykładowca (wykładowcy) (imię i nazwisko, stopień naukowy oraz adres e-mailowy wykładowcy/wykładowców prowadzących zajęcia) dr inż. Konrad Żak, k.zak@dydaktyka.pswbp.pl ; mgr Klaudia Juszcuk, k.juszcuk@dydaktyka.pswbp.pl						
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
12. Wymagania wstępne						
1) Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu marketingu						
2) Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu finansów i rachunkowości						
13. Cele przedmiotu						
C1	zapoznanie z terminologią marketingu usług finansowych					
C2	zapoznanie ze specyfiką marketingu przedsiębiorstw usługowych					
C3	wykształcenie umiejętności planowania i implementacji podstawowych instrumentów marketingu-mix w działalności przedsiębiorstw usługowych i instytucji finansowych					
C4	wykształcenie umiejętności analitycznych i organizacyjnych w planowaniu marketingowym					
14. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01 ma podstawową wiedzę z zakresu marketingu usług finansowych i jego miejsca w ogólnej koncepcji marketingu					K_W01	

EU02 ma podstawową wiedzę z zakresu budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw usługowych i instytucji finansowych	K_W01, K_W04, K_W15, K_W20
EU03 potrafi identyfikować procesy zachodzące w działalności marketingowej przedsiębiorstw usługowych	K_W08, K_W13, K_W15, K_W20
UMIEJĘTNOŚCI	
EU04 potrafi posługiwać się terminologią marketingu usług finansowych do oceny zjawisk rynkowych	K_U01, K_U02, K_U03
EU05 potrafi planować działania rynkowe instytucji finansowych w zakresie kształtowania podstawowych instrumentów marketingowych	K_U01, K_U02, K_U03, K_U07, K_U08, K_U15, K_U21, K_UP02, K_UP03
EU06 potrafi systematyzować wiedzę i umiejętności w procesie generowania i implementacji planu marketingowego	K_U01, K_U02, K_U03, K_U22, K_UP03
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
EU07 jest otwarty do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych	K_K01, K_K06
EU08 potrafi podjąć działania zmierzające do poszerzenia i udoskonalenia zdobytej wiedzy i umiejętności	K_K01, K_K06
EU09 prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy pojawiające się na etapie planowania i implementacji aktywności marketingowej w oparciu o zasady etyki deontologii zawodowej	K_K03, K_K04, K_KP02
15. Treści programowe	
Forma zajęć - wykłady	
W1	Istota działań marketingowych w instytucjach finansowych i przedsiębiorstwach usługowych
W2	Identyfikacja oczekiwań i potrzeb nabywców – badania marketingowe na rynku usług finansowych
W3	Produkt vs usługa finansowa - definicje i klasyfikacje
W4	Cena produktów i usług finansowych – podstawowe strategie cenowe
W5	Dystrybucja usług finansowych
W6	Promocja produktu i usług finansowych
W7	Reklama usług finansowych
W8	Budowanie przewagi konkurencyjnej instytucji finansowej i przedsiębiorstw usługowych
W9	Planowanie marketingowe w instytucji finansowej i przedsiębiorstwie usługowym
W10	Zaliczenie pisemne wykładów
Forma zajęć - ćwiczenia	
ĆW1	Rynek usług finansowych (cechy, elementy, rodzaje, popyt i podaż)
ĆW2	Usługi finansowe; istota działalności usługowej; specyfika i klasyfikacja usług finansowych
ĆW3	Koncepcja marketingu usług; istota, zasady, cele marketingu usług; obszary badawcze marketingu usług; marketing mix w finansach
ĆW4	Zachowanie klienta na rynku usług finansowych; konsumenci usług; proces zakupu; kryteria i procedury segmentacji
ĆW5	Produkt na rynku usług finansowych; istota i rodzaje produktów; cykl życia produktu; jakość produktu; marka
ĆW6	Cena usług finansowych; istota i rodzaje cen; koncepcje ustalania cen i strategie cenowe
ĆW7	Dystrybucja usług finansowych; system dystrybucji usług finansowych;

	dystrybucja a sprzedaż usług finansowych; rola lokalizacji w dystrybucji; nowoczesne kanały dystrybucji usług finansowych
ĆW8	Promocja usług finansowych; system komunikacji z rynkiem; Internet jako narzędzie promocji
ĆW9	Personel; pracownicy odpowiedzialni za cele marketingowe; instrumenty marketingowej polityki personalnej
ĆW10	Strategie rynkowe; istota, rodzaje i klasyfikacja strategii rynkowych ; strategie rynkowe obszaru finansów
ĆW11	Zaliczenie pisemne ćwiczeń
16. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1.	prezentacja multimedialna
2.	filmy szkoleniowe
3.	rozwiązywanie problemów decyzyjnych
4.	studium przypadku
17. Sposoby oceny (F – formująca; P – podsumowująca)	
F1.	aktywność na zajęciach-rozwiązywanie problemów decyzyjnych i dyskusja
F2.	projekt zaliczeniowy
P1.	Zaliczenie pisemne wykładów
P2.	Zaliczenie pisemne ćwiczeń
18. Obciążenia pracą studenta	
forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem**	45
Przygotowanie się do zajęć	20
Przygotowanie do zaliczenia	10
SUMA	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	3
DLA PRZEDMIOTU	
19. Literatura podstawowa i uzupełniająca	
Literatura podstawowa:	
1)	Żurawik B., Żurawik W., <i>Marketing usług finansowych</i> , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000
2)	Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., <i>Marketing usług</i> , Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012
Literatura uzupełniająca:	
1)	<i>Marketing. Koncepcja skutecznych działań</i> , red. Garbarski L., PWE, Warszawa 2011
2)	<i>Marketing. Kluczowe pojęcia i praktyczne zastosowania</i> , red. Garbarski L., PWE, Warszawa 2011
3)	Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., <i>Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy</i> , PWE, Warszawa 2008
4)	Kotler Ph., Caslione J. A., <i>Chaos. Zarządzanie i marketing w erze turbulencji</i> , MT Biznes, Warszawa 2009
5)	Kotler Ph., <i>Dziesięć śmiertelnych grzechów marketingu</i> , PWE, Warszawa 2005
6)	Kotler Ph., Keller K. L., <i>Marketing</i> , Rebis, Pearson Education, Poznań 2012
7)	Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I., <i>Marketing 3.0. Dobry produkt? Zadowolony klient? Spełniony Czałowiek!</i> , MT Biznes, Warszawa 2010

8) Armstrong G., Kotler Ph., <i>Marketing. Wprowadzenie</i> , Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012
9) McDonald M., Wilson H., <i>Plany marketingowe</i> , Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012
20. Formy oceny - szczegóły
<i>Ocena końcowa z ćwiczeń wystawiana jest na podstawie zaliczenia pisemnego. Ocenę pozytywną można otrzymać wyłącznie pod warunkiem udzielenia 51% poprawnych odpowiedzi. Dodatkowo do oceny końcowej wliczana jest ocena z przygotowanego projektu oraz prezentacji wybranego tematu przez studenta.</i> <i>Weryfikacja treści wykładowych nastąpi w trakcie testowego i opisowego, pisemnego zaliczenia. Ocena końcowa będzie uzależniona od liczby zdobytych punktów za odpowiedzi z przyjętej skali punktowej.</i>
21. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Informacja, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium, itp. - bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udzielają Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Informacje na temat miejsca odbywania zajęć - według planu zajęć
3. Informacja na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/godzina) - według planu zajęć
4. Informacja na temat konsultacji (godziny+miejsce) - według planu konsultacji

*L – laboratorium(w przypadku zajęć z języka obcego oznacza lektorat)

** Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia **oraz konsultacje**