

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu MARKETING – NOWOCZESNE NARZĘDZIA

2. Nazwa kierunku Ekonomia

3. Poziom studiów drugiego stopnia

4. Liczba punktów ECTS 4

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
III	15		30			

6. Język wykładowy polski

7. Wykładowca dr Monika Łęska

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Wiedza z zakresu marketingu
2. Wiedza z zakresu zarządzania

9. Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie studentów z podstawową terminologią z zakresu e- marketingu

C2 Zapoznanie studentów z istotą e- marketingu w obszarach działalności rynkowej

C3 Wykształcenie umiejętności planowania i realizowania działań rynkowych w obrębie narzędzi marketingowych w środowisku online

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
------------------------------------	---

WIEDZA

EU01	zna podstawowe kategorie pojęciowe w obszarze e- marketingu	K_W17
------	---	-------

UMIEJĘTNOŚCI

EU02	potrafi posługiwać się terminologią marketingową do oceny zjawisk rynkowych w środowisku online	K_U01, K_U06
EU03	potrafi zidentyfikować istotę działań e- marketingowych w obszarach działalności rynkowej	K_U13
EU04	potrafi planować i realizować działania rynkowe w obrębie narzędzi marketingowych w środowisku online	K_U07, K_U08, K_U13

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU05	jest gotów doskonalić i wykorzystywać umiejętności interpersonalne w aktywności marketingowej	K_K01, K_K06, K_K07,
------	---	----------------------

EU06	jest gotów w działalności marketingowej postępować zgodnie z zasadami etyki	K_K04
11. Treści programowe		
Forma zajęć – wykłady/ ćwiczenia/laboratoria/zajęcia praktyczne itp.		
Wykłady		
1. Marketing 2.0,3.0,4.0 czyli dokąd zmierza nowoczesny marketing? 2. Rynek internetowy w Polsce i na świecie 3. Wpływ Internetu na gospodarkę 4. Nowy wymiar handlu – ewolucja czy rewolucja? 5. Konsument w Internecie 6. Wybrane aspekty prawne marketingu w sieci 7. Badania mediów internetowych		
Laboratoria		
1. Marketing mobilny 2. Usability i User Experience 3. E-mail marketing – newsletter, mailing – czy są nadal użyteczne? 4. Automatyzacja marketingu 5. SM marketing 6. Internet PR i influencer marketing 7. Personal branding 8. Content marketing i Copywriting – bo słowo ma nadal ogromne znaczenie! 9. Website - najważniejszy touch point w tworzeniu przewagi konkurencyjnej 10. E-commerce w stronę zakupów totalnych 11. Kampanie społeczne w Internecie		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
1. Aktywności online z użyciem wybranych aplikacji np.: Fotor, Crello, Pictochart, Pixlr 2. Karty pracy 3. Case study – rozwiązywanie problemu 4. Prezentacja multimedialna 5. Film / dyskusja		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
1. Ocenianie ciągłe, prace pisemne, karty pracy - częstkowe 2. Zaliczenie pisemne z wykładów, zaliczenie pisemne z laboratoriów - końcowe		
14. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje		57
2. Nakład pracy studenta		43
suma		100
liczba punktów ECTS		4
15. Literatura		
Literatura podstawowa:		
1. Królewski J., Sala P., E-marketing współczesne trendy. Pakiet startowy, PWN, Warszawa 2020 2. Mazurek G., E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka., Wydawnictwo Poltext, 2018 3. Mazurek G., Transformacja cyfrowa – perspektywa marketingu. PWN, Warszawa, 2019		
Literatura uzupełniająca:		
1. Armstrong G., Kotler P., Marketing. Wprowadzenie, Wydawnictwo „Nieoczywiste” 2019 2. Morgan T., Visual Merchandising. Window and in-store displays for retail. Third Edition. Laurence King, 2016.		

16. Formy oceny – szczegóły
<i>Ocena końcowa z laboratoriów wystawiana jest na podstawie oceny z prac cząstkowych - projektów / kart pracy, aktywności (dyskusja/rozwiązywanie problemu) oraz aktywności online.</i> <i>Ocena końcowa z wykładów jest sumą aktywności oraz egzaminu pisemnego (test wyboru i uzupełnień).</i> <i>Uzyskanie pozytywnej oceny z laboratoriów jest warunkiem przystąpienia do egzaminu.</i>
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji.
2. Zajęcia odbywać się będą w ABNS w Białej Podlaskiej.
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.