

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA ROK AKADEMICKI 2015/2016

KIERUNEK FINANSE I RACHUNKOWOŚĆ

Informacje ogólne

1 Nazwa modułu kształcenia

Marketing usług finansowych

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych, Katedra Ekonomii i Zarządzania, Zakład Finansów i Rachunkowości

3 Kod

modułu (wypełnia koordynator ECTS)

4 Grupa treści kształcenia

treści kształcenia ogólnego

5 Typ modułu

obowiązkowy

6 Poziom studiów

studia I stopnia

7

Liczba punktów ECTS

1

8 Poziom przedmiotu

podstawowy

9 Rok studiów,

semestr

III 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

1

1

12 Język wykładowy:

polski

13 Wykładowca (wykładowcy)

dr Monika A. Łęska m.leska@dydaktyka.pswbp.pl

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne

- znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu marketingu
- znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu finansów i bankowości

15 Cele przedmiotu

- | | |
|----|---|
| C1 | zapoznanie z terminologią marketingu usług finansowych |
| C2 | zapoznanie ze specyfiką marketingu przedsiębiorstw usługowych |
| C3 | wykształcenie umiejętności planowania podstawowych narzędzi marketingowych instytucji finansowych |

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:	odniesienie do celów przedmiotu
WIEDZA		
EK01	potrafi zidentyfikować specyfikę marketingu przedsiębiorstw	C2

	usługowych	
UMIEJĘTNOŚCI		
EK02	potrafi posługiwać się terminologią marketingu usług finansowych do oceny zjawisk rynkowych	C1
EK03	potrafi planować działania rynkowe instytucji finansowych w obrębie podstawowych narzędzi marketingowych	C3
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EK04	jest otwarty do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych	C1, C2, C3
EK05	w działalności marketingowej postępuje zgodnie z zasadami etyki	C1, C2, C3

17 Treści programowe

	forma zajęć - wykłady	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Historia marketingu w instytucjach finansowych.	1		EK01
W2	Badania marketingowe na rynku usług finansowych.	2		EK01, EK02, EK03
W3	Zachowania klienta na rynku usług finansowych.	2		EK01, EK02, EK03
W4	Produkt finansowy (definicja, klasyfikacje).	2		EK01
W5	Cena produktów finansowych (funkcje, formuły kalkulacji, kryteria różnicowania).	1		EK01, EK02, EK03
W6	Dystrybucja usług finansowych.	1		EK01, EK02, EK03
W7	Promocja produktu finansowego (cele, elementy promotion-mix).	2		EK01, EK02, EK03
W8	Rola personelu w marketingu finansowym (usługowy łańcuch korzyści).	1		EK01, EK02, EK03
W9	Strategia produktu finansowego.	2		EK02, EK03
W10	Produkt finansowy przyszłości.	1		EK04, EK05
	suma godzin	15		
	forma zajęć - ćwiczenia	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do celów przedmiotu
ĆW1	Rynek usług finansowych (cechy, elementy, rodzaje, popyt i podaż).	1		EK01
ĆW2	Usługi finansowe; istota działalności usługowej; specyfika i klasyfikacja usług finansowych	1		EK01
ĆW3	Koncepcja marketingu usług; istota, zasady, cele marketingu usług; obszary badawcze marketingu usług; marketing mix w finansach	1		EK02, EK03
ĆW4	Zachowanie klienta na rynku usług finansowych; konsumenci usług; proces zakupu; kryteria i procedury segmentacji	2		EK02, EK03
ĆW5	Produkt na rynku usług finansowych; istota i rodzaje produktów; cykl życia produktu; jakość produktu; marka	2		EK02, EK03

ĆW6	Cena usług finansowych; istota i rodzaje cen; koncepcje ustalania cen i strategie cenowe	1	EK02, EK03
ĆW7	Dystrybucja usług finansowych; system dystrybucji usług finansowych; dystrybucja a sprzedaż usług finansowych; rola lokalizacji w dystrybucji; nowoczesne kanały dystrybucji usług finansowych	2	EK02, EK03
ĆW8	Promocja usług finansowych; system komunikacji z rynkiem; promotion-mix; Internet jako narzędzie promocji	2	EK02, EK03
ĆW 9	Personel; pracownicy odpowiedzialni za cele marketingowe ; instrumenty marketingowej polityki personalnej	2	EK02, EK03
ĆW 10	Strategie rynkowe; istota, rodzaje i klasyfikacja strategii rynkowych ; strategie rynkowe obszaru finansów	1	EK04,EK05
suma godzin		15	

18 Narzędzia/metody/formy dydaktyczne

1. prezentacje multimedialne
2. karty ćwiczeń
3. casestudy
4. filmy dydaktyczne

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

- F1. ocenianie ciągłe
- F2. ćwiczenia praktyczne i/lub projekt
- P1. zaliczenie pisemne (test)

20 Obciążenie pracą studenta

forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	
Przygotowanie się do ćwiczeń		
Czytanie wskazanej literatury		
Przygotowanie prezentacji		
Przygotowanie do egzaminu		
SUMA		
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW	1	
ECTS DLA PRZEDMIOTU		

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Żurawik B., Żurawik W., *Marketing usług finansowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2000

Literatura uzupełniająca:

1. Czubala A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., *Marketing usług*, Oficyna Ekonomiczna WoltersKluwer Sp. z o.o., Kraków, 2006
2. Payne A., *Marketing usług*, PWE, Warszawa, 1997
3. Styś A. (red), *Marketing usług*, PWE, Warszawa 2003

22 Formy oceny - szczegóły

nr efektu	na ocenę 2 (ndst)	na ocenę 3 (dst)	na ocenę 4 (db)	na ocenę 5 (bdb)
EK01	Student nie potrafi zidentyfikować specyfiki marketingu przedsiębiorstw usługowych	Student potrafi w sposób ogólny określić specyfikę marketingu przedsiębiorstw usługowych	Student potrafi w wybranych obszarach działalności rynkowej określić specyfikę marketingu przedsiębiorstw usługowych	Student potrafi w sposób szczegółowy we wszystkich obszarach działalności rynkowej określić specyfikę marketingu przedsiębiorstw usługowych
EK02	Student nie potrafi posługiwać się terminologią marketingu usług finansowych do oceny zjawisk rynkowych	Student potrafi posługiwać się podstawową terminologią marketingu usług finansowych do oceny zjawisk rynkowych	Student potrafi swobodnie posługiwać się terminologią marketingu usług finansowych do oceny zjawisk rynkowych	Student potrafi swobodnie posługiwać się terminologią marketingu usług finansowych do oceny złożonych zjawisk rynkowych
EK03	Student nie potrafi planować działań rynkowych instytucji finansowych w obrębie podstawowych narzędzi marketingowych	Student potrafi planować działania rynkowe instytucji finansowych w obrębie podstawowych narzędzi marketingowych w wąskim zakresie	Student potrafi planować działania rynkowe instytucji finansowych w obrębie narzędzi marketingowych w szerokim zakresie	Student swobodnie potrafi planować działania rynkowe instytucji finansowych w obrębie narzędzi marketingowych w szerokim zakresie
EK04	Student nie jest otwarty do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych	Student w niewielkim stopniu jest otwarty do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych	Student w znacznym stopniu jest otwarty do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych	Student w bardzo dużym stopniu jest otwarty do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych
EK05	Student nie zna i nie stosuje zasad etyki w marketingu usług finansowych	Student w znikomym stopniu zna i stosuje zasady etyki w marketingu usług finansowych	Student zna i stosuje wybrane zasady etyki w marketingu usług finansowych	Student zna i stosuje szeroki zakres zasad etyki w marketingu usług finansowych

Inne przydatne informacje

22 Inne przydatne informacje o przedmiocie

1. Informacja, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium, itp.
2. Informacje na temat miejsca odbywania zajęć.
3. Informacja na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/godzina).
4. Informacja na temat konsultacji (godziny+miejsce)

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	K_W01, K_W20,	C2	W1-8, ĆW1-2	1, 2,3	F1, F2,P1
EK02	K_U02	C1	W2-3, W5-W9, ĆW3-9	1,2,3,4	F1, F2,P1
EK03	K_U02, K_U03, K_U04, K_U08, K_U20, K_U22	C3	W2-3, W5-9,ĆW3-9	1,2	F2,P1
EK04	K_K01, K_K06	C1,C2, C3	W10 ĆW10	1,2	F2,P1
EK05	K_K04	C1,C2, C3	W10, ĆW10	1,2	F1,F2,P1