

# KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2020/2021

## INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu kształcenia

**MARKETING**

2. Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział Nauk Ekonomicznych  
Zakład Ekonomii

3. Grupa treści kształcenia

-

4. Typ przedmiotu

Obowiązkowy

5. Poziom studiów

Studia pierwszego stopnia

6. Liczba punktów ECTS

4

7. Poziom przedmiotu

Podstawowy

8. Rok studiów, semestr

I rok, semestr I – zimowy

9. Liczba godzin w semestrze

| Wyk. | Ćw. | L* | Prj.Pbn. | Zp. | Pr. |
|------|-----|----|----------|-----|-----|
| 30   | 30  |    |          |     |     |

10. Język wykładowy: polski

11. Wykładowca (wykładowcy)

Monika Łęska, dr

## INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

12. Wymagania wstępne

1. Brak

13. Cele przedmiotu

**C1** Zapoznanie studentów z podstawową terminologią z zakresu marketingu

**C2** Zapoznanie studentów z istotą marketingu w obszarach działalności rynkowej

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

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

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

### WIEDZA

**EU01** potrafi zdefiniować podstawowe kategorie pojęciowe w obszarze marketingu

K\_W21

### UMIEJĘTNOŚCI

**EU02** potrafi posługiwać się terminologią marketingową do oceny zjawisk rynkowych

K\_U01, K\_U12

**EU03** potrafi zidentyfikować istotę działań marketingowych w obszarach działalności rynkowej

K\_U16

**EU04** potrafi planować i realizować działania rynkowe w obrębie narzędzi marketingowych

K\_U04, K\_U08

### KOMPETENCJE SPOŁECZNE

**EU05** doskonali i wykorzystuje umiejętności interpersonalne w aktywności marketingowej

K\_K06, K\_K07, K\_K09, K\_10

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                   |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------|
| EU06 w działalności marketingowej postępuje zgodnie z zasadami etyki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                   | K_K04 |
| 15. Treści programowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                   |       |
| Forma zajęć – wykłady                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                   |       |
| <div><div>1. Istota marketingu (geneza, koncepcje, typy orientacji biznesowej przedsiębiorstw).</div><div>2. Otoczenie przedsiębiorstwa (podmiotowe, przedmiotowe) i segmentacja rynku (istota, kryteria, procedura).</div><div>3. Narzędzia marketingowe – produkt (struktura, cykl życia , marka).</div><div>4. Narzędzia marketingowe – cena (strategie, metody).</div><div>5. Narzędzia marketingowe – dystrybucja.</div><div>6. Narzędzia marketingowe – promocja (modele, instrumenty).</div><div>7. Komunikacja marketingowa w Internecie (mobile marketing, e-mail marketing, SM marketing)</div><div>8. Summary review of termonology and problems.</div></div>                                                                  |                                                   |       |
| Forma zajęć – laboratoria                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |       |
| <div><div>1. Rynek i jego funkcjonowanie (istota, elementy i formy, mechanizmy rynkowe).</div><div>2. Istota i podstawowe założenia marketingu (orientacje przedsiębiorstwa, rynek docelowy, marketing mix w przedsiębiorstwach produkcyjnych i usługowych).</div><div>3. Analiza możliwości i zagrożeń działania przedsiębiorstwa.</div><div>4. Wybór rynku docelowego (koncepcje, proces segmentacji).</div><div>5. Postępowanie konsumentów i e-konsumentów (uwarunkowania, typologie, etapy procesu postępowania).</div><div>6. Produkt jako element marketingu.</div><div>7. Cena jako element marketingu.</div><div>8. Dystrybucja jako element marketingu.</div><div>9. Zarządzanie promocją/komunikacją marketingową.</div></div> |                                                   |       |
| 16. Narzędzia/metody dydaktyczne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                   |       |
| <div><div>1. aktywności online (symulacja biznesowa REVAS oraz wybrane aplikacje np.: Fotor, Crello, Easil, Snappa,Pictochart, Pixlr)</div><div>2. karty pracy</div><div>3. case – study /rozwiązywanie problemu</div><div>4. prezentacja multimedialna</div><div>5. film / dyskusja</div></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                   |       |
| 17. Sposoby oceny                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                   |       |
| F1. ocenianie ciągłe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                   |       |
| F2. prace pisemne / karty pracy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                   |       |
| F3. zaliczenie pisemne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                   |       |
| P1. zaliczenie wykładu z oceną                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                   |       |
| 18. Obciążenia pracą studenta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                   |       |
| forma aktywności                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności |       |
| Godziny kontaktowe z nauczycielem**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 60+15                                             |       |
| Przygotowywanie do zajęć / karty pracy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 10                                                |       |
| Przygotowanie do kolokwium / egzaminu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 5                                                 |       |
| Przygotowanie do zaliczenia wykładu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 10                                                |       |
| SUMA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 100                                               |       |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4                                                 |       |
| DLA PRZEDMIOTU                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                   |       |
| 19. Literatura podstawowa i uzupełniająca                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |       |
| Literatura podstawowa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                   |       |
| <div><div>1) Garbarski L. (red), Marketing: koncepcja skutecznych działań, PWE, Warszawa 2011.</div><div>2) Armstrong G., Kotler P., Marketing: wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska 2012 (lub nowsze).</div></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                   |       |

Literatura uzupełniająca:

1) Królewski J., Sala P., E-marketing współczesne trendy. Pakiet startowy, PWN, Warszawa 2020.

## **20. Formy oceny – szczegóły**

Należy wpisać skrócony opis sposobu wystawiania oceny końcowej.

Ocena końcowa z ćwiczeń wystawiana jest na podstawie zaliczenia pisemnego. Ocenę pozytywną można otrzymać wyłącznie pod warunkiem udzielenia 60% poprawnych odpowiedzi. Dodatkowo do oceny końcowej wliczana jest ocena z prac pisemnych / kart pracy, aktywności (dyskusja/rozwiązywanie problemu) oraz aktywności online.

Ocena końcowa z wykładów jest sumą aktywności oraz zaliczenia pisemnego.

UZYSKANIE POZYTYWNEJ OCENY Z ĆWICZEŃ JEST WARUNKIEM PRZYSTĄPIENIA DO ZALICZENIA WYKŁADU.

## **21. 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 PSW w Białej Podlaskiej
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem

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

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