

# Karta opisu zajęć - Sylabus

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

I. INFORMACJE PODSTAWOWE			
Nazwa zajęć <b>Marketing</b>	Cykl kształcenia: 2021/22	Data aktualizacji sylabusu: 12.09.2022 r.	
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: <b>Zarządzanie I stopnia, profil praktyczny</b>			
Język wykładowy: język polski	Rodzaj zajęć: <b>kierunkowe</b>		
Rok studiów: II	Semestr: III		
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 5	Koordynator zajęć: Prof. dr hab. Andrzej Szromnik andrzej.szromnik@pwste.edu.pl		
Jednostka organizacyjna : Instytut Ekonomii i Zarządzania	Prowadzący zajęcia: Prof. dr hab. Andrzej Szromnik andrzej.szromnik@pwste.edu.pl		
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN			
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:			
<b>Studia stacjonarne</b>		<b>Studia niestacjonarne</b>	
Wykład: <b>15</b>		Wykład:	
Ćwiczenia: <b>30</b>		Ćwiczenia:	
Laboratorium: <b>15</b>		Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki:		Praktyki:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
<b>RAZEM: 60</b>		<b>RAZEM:</b>	
II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE			
Cel (cele) prowadzenia zajęć:			
Przypisane do zajęć efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych i odniesienie ich do efektów uczenia się dla określonego kierunku studiów, poziomu i profilu.			
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (jeśli obowiązują):			
student:			
- <b>wiedzy</b> – student posiada wiedzę z zakresu ekonomii (głównie dotyczącą mechanizmu rynkowego) i zarządzania,			
- <b>umiejętności</b> – student umie charakteryzować i dokonywać analizy mechanizmu rynkowego w odniesieniu do określonych rynków branżowych, potrafi także wybierać i stosować określone metody i narzędzia badawcze właściwe dla rozwiązania danego problemu z zakresu zarządzania,			
- <b>kompetencji społecznych</b> – student ma świadomość doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności a także powinien być gotowy do ponoszenia konsekwencji swojego oraz zespołowego działania.			
<b>Efekty uczenia się określone dla zajęć</b>			
UWAGA:			
Dzielimy efekty uczenia się przypisane do zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.			

Przypisane do zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą od formy zajęć.	
Symbol efektów uczenia się przypisanego do zajęć*	Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:  <b>Wiedzy - zna i rozumie</b>
M_W_01	Istotę i zasady marketingowe
M_W_02	Rozróżnia i charakteryzuje instrumenty marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie.
<b>Umiejętności - potrafi</b>	
M_U_01	Analizować, porządkować i właściwie wykorzystywać instrumenty marketingowe do prowadzenia określonej działalności marketingowej w organizacji (przedsiębiorstwie)
M_U_02	Rozwiązywać konkretne sytuacje z zakresu marketingu
<b>Kompetencji społecznych - jest gotów do</b>	
M_K_01	poszerzania wiedzy i rozwijania umiejętności w zakresie specyfiki modułu
M_K_02	potrafi pracować w zespole i jest gotowy do ponoszenia konsekwencji własnego oraz zespołowego działania

**UWAGA!**

Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne.

**TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ**

Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Liczba godzin	Odniesienie do efektów uczenia się przypisanych do zajęć
		<b>wykład</b>		
TP-01	Rola i zadania marketingu w działalności organizacji ( <b>The role of marketing</b> )		<b>2</b>	M_W_01
TP-02	Zasady i funkcje marketingowe		<b>3</b>	M_W_01
TP-03	Podstawowe instrumenty marketingowe (produkt, cena, promocja, dystrybucja) <b>Marketing mix product, price, place and promotion</b>		<b>6</b>	M_W_01 M_W_02
TP-04	Zarządzanie marketingowe w organizacji		<b>4</b>	M_W_01 M_W_02
		<b>ćwiczenia</b>		
TP-05	Proces segmentacji rynku (wybór rynku docelowego) <b>Segmentation and targeting</b>		<b>5</b>	M_U_01 M_U_02 M_K_01

TP-06	Wykorzystanie instrumentów marketingowych w organizacji (koncepcja marketingu mix)		<b>10</b>	M_U_01 M_U_02 M_K_01
TP-07	Opracowywanie skutecznych strategii marketingowych dla przedsiębiorstw		<b>9</b>	M_U_01 M_U_02 M_K_02
TP-08	Nowoczesne formy marketingu		<b>6</b>	M_U_01
		<b>Laboratorium</b>		
TK-09	Analiza i ocena strategii marketingowych przedsiębiorstw produkcyjnych – studium przypadku		<b>7</b>	M_U_01 M_U_02 M_K_01
TK-10	Analiza i ocena koncepcji marketingowych przedsiębiorstw usługowych – analiza przypadku (zadanie projektowe)		<b>8</b>	M_U_01 M_U_02 M_K_01
<b>ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)</b>				
<b>Literatura podstawowa przedmiotu</b> (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):				
1. Podstawy marketingu, red. Anna Czubała, PWE, Warszawa 2013r. 2. Teresa Taranko, Działania marketingowe i ich uregulowania w Polsce, Oficyna a Wolter s Kluwer bussines, Warszawa 2015 3. .Kotler Ph., Marketing. Wydawnictwo Rebis, Poznań 2005				
<b>Literatura uzupełniająca przedmiotu:</b>				
Marketing i Rynek - czasopismo				

### III. INFORMACJE DODATKOWE

Odniesienie efektów uczenia się przypisanych do zajęć i treści programowych do form zajęć i metod oceniania

**Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.**

\* np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy

# np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt

Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć.

Symbol efektu uczenia się przypisanego do zajęć	Symbol treści programowych realizowanych w trakcie zajęć	Formy zajęć i metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się *	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć #
<b>WIEDZA</b>			
M_W_01	TK-01 do TK-04	wykład podający	egzamin -forma pisemna - test
M_W_02	TK-01 do TK-04	wykład podający, wykład problemowy	egzamin -forma pisemna - test
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
M_U_01	TK-05 do TK-08	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku, itp.)	ćwiczenia, metoda sytuacyjna, zadanie projektowe, aktywność na zajęciach
M_U_02	TK-05 do TK-08	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku, itp.)	ćwiczenia, metoda sytuacyjna, zadanie projektowe, aktywność na zajęciach
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
M_K_01	TK-09 do TK-10	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku, itp.)	ćwiczenia, metoda sytuacyjna, zadanie projektowe, aktywność na zajęciach
M_K_02	TK-09 do TK-10	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku, itp.)	ćwiczenia, metoda sytuacyjna, zadanie projektowe, aktywność na zajęciach

**MIARA ŚREDNIEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA NIEZBĘDNA DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (godziny)**

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności *
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem	60
w tym liczba godzin z praktyk zawodowych realizowanych w uczelni (według harmonogramu)	0
Praca własna studenta #	65
<b>SUMA GODZIN</b>	<b>125</b>

**OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)**

	Liczba punktów ECTS *
--	-----------------------

	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim		2,4
	praca własna studenta		2,6
<p>* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min.  # przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu,...</p>			

### OPIS PRACY WŁASNEJ

Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej.

Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.

- przygotowanie się do egzaminu pisemnego z wykładów - 25 godz. M\_W\_01, M\_W\_02
- przygotowanie się do kolokwium pisemnych z ćwiczeń - 20 godz. M\_U\_01, M\_U\_02, , M\_K\_02)
- przygotowanie i opracowanie zadania projektowego – 15 godzin (M\_U\_01, M\_K\_01, M\_K\_02)

### KRYTERIA OCENIANIA

Ocena kształtująca:

wykład – dyskusja

laboratorium – obserwacja realizacji badania

Ocena podsumowująca:

wykład – egzamin pisemny

ćwiczenia – kolokwia i aktywność na ćwiczeniach

laboratorium - przygotowanie zadania projektowego

**INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA E-LEARNINGU**  
**Zajęcia przygotowywane są w formie e-learningu**

**Podpis nauczyciela akademickiego lub  
osoby odpowiedzialnej za przedmiot:**

.....

(imię i nazwisko)

.....

( podpis i data)

**Podpis kierownika zakładu:**

.....

(imię i nazwisko)

.....

(podpis, data)

**Podpis dyrektora instytutu:**

.....

(imię i nazwisko)

.....

(podpis, data)

***Uwaga:***

*Stosowany system oceny efektów uczenia się powinien być dostępny dla studenta*