

C7.a Marketing

Karta opisu zajęć - Syllabus			
Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu			
I. INFORMACJE PODSTAWOWE			
Nazwa zajęć: Marketing (pl.)		Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2022/2023	
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Zarządzanie, I stopnia, profil praktyczny			
Język wykładowy: j. polski		Rodzaj zajęć: Kształcenia kierunkowego	
Rok studiów: II		Semestr: III	
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 5		Koordynator zajęć Dr inż. Elżbieta Wolanin- Jarosz, e-mail: elzbieta.wolanin-jarosz@pwste.edu.pl	
Jednostka organizacyjna: Wydział Ekonomii i Zarządzania			
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN			
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:			
Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:	15	Wykład:	
Ćwiczenia:	30	Ćwiczenia:	
Laboratorium:	15	Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki:		Praktyki:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	60	RAZEM:	

II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE		
Wymagania wstępne i dodatkowe:		
Student posiada wiedzę z zakresu ekonomii (głównie dotyczącą mechanizmu rynkowego) i zarządzania		
Cel (cele) kształcenia dla zajęć:		
Przekazanie wiedzy i wykształcenie umiejętności w zakresie organizowania działań marketingowych w przedsiębiorstwie		
EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKÓW STUDIÓW		
Efekty uczenia się określone dla zajęć w kategorii wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne oraz metody weryfikacji efektów uczenia się.		
UWAGA:		
Dzielimy efekty uczenia się określone dla zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Określone dla zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą od formy zajęć.		
Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:	Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)
Wiedzy - zna i rozumie		
M_W01	istotę i zasady marketingowe	K_W02,K_W03,K_W08
M_W02	rozdziela i charakteryzuje instrumenty marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie	K_W02, K_W03, K_W08
Umiejętności – potrafi		
M_U03	analizować, porządkować i właściwie wykorzystywać instrumenty marketingowe do prowadzenia określonej działalności marketingowej w organizacji (przedsiębiorstwie)	K_U01, K_U02, K_U03
M_U04	rozwiązywać konkretne sytuacje z zakresu marketingu	K_U03, K_U02, K_U04
Kompetencji społecznych - jest gotów do		
M_K05	ponoszenia konsekwencji własnego oraz zespołowego działania.	K_K02

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 FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA

Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):

Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się*	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć#
		Wykład		
TP-01	Zasady i funkcje marketingowe		Wykład podający z prezentacją multimedialną	Egzamin pisemny
TP-02	Podstawowe instrumenty marketingowe. Marketing mix product, price, place and promotion	Wykład	Wykład podający z prezentacją multimedialną	Egzamin pisemny
TP-03	Zarządzanie marketingowe w organizacji	Wykład	Wykład podający z prezentacją multimedialną	Egzamin pisemny
		Ćwiczenia		
TP-04	Proces segmentacji rynku (wybór rynku docelowego) Segmentation and targeting	Ćwiczenia	casestudy, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena casestudy, aktywność, kolokwium
TP-05	Wykorzystanie instrumentów marketingowych w organizacji (konceptcja marketingu mix)	Ćwiczenia	casestudy, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena casestudy, aktywność, kolokwium

TP-06	Opracowywanie skutecznych strategii marketingowych dla przedsiębiorstw	Ćwiczenia	praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena zadania projektowego, aktywność
TP-07	Nowoczesne formy marketingu	Ćwiczenia	casestudy, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena casestudy, aktywność, kolokwium
		Laboratorium		
TP-08	Analiza i ocena strategii marketingowych przedsiębiorstw produkcyjnych – studium przypadku (zadanie projektowe)	Laboratorium	casestudy, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena casestudy, aktywność, ocena zadania projektowego
TP-09	Analiza i ocena koncepcji marketingowych przedsiębiorstw usługowych – analiza przypadku (zadanie projektowe)	Laboratorium	praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena casestudy, aktywność, ocena zadania projektowego

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

Dla wykładu:

*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 określonych dla zajęć.

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):

1. Podstawy marketingu, red. Anna Czubała, PWE, Warszawa 2013r.
2. G. Armstrong, Ph. Kotler, Marketing, Wyd. Nieoczywiste –GAB Media, Warszawa 2016
3. T. Taranko, Działania marketingowe i ich uregulowania w Polsce, Oficyna - Wolters Kluwer Bussines, Warszawa 2015

Literatura uzupełniająca:

1. Marketing usług, red. A. Czubała, A. Janas, T. Smoleń, J. Wiktor, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2006
2. Marketing i Rynek - czasopismo, na bieżąco

III. INFORMACJE DODATKOWE**BILANS PUNKTÓW ECTS****OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)**

Forma aktywności	Liczba godzin*
Godziny zajęć(według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	60
Praca własna studenta	65
SUMA GODZIN:	125

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)**5****Liczba punktów ECTS**

		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPIŚANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 5	2,4
	Praca własna studenta		2,6

* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;

OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:

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 do egzaminu pisemnego z wykładów . Symbol efektu uczenia się: (M_W01, M_W02) - 30 godz.
- Przygotowanie do ćwiczeń i laboratorium, a zwłaszcza zadania projektowego. Symbol efektu uczenia się: (M_U03, M_U04, M_K05) - 35 godz.

KRYTERIA OCENIANIA

Ocena kształtująca:

wykład – dyskusja

ćwiczenia – obserwacja realizacji zadania (studium przypadku, ćwiczeń oraz zadań cząstkowych związanych z realizacją zadania projektowego)

laboratorium - – obserwacja realizacji zadania (studium przypadku, ćwiczeń oraz zadań cząstkowych związanych z realizacją zadania projektowego)

Ocena podsumowująca:

wykład –pisemny egzamin

ćwiczenia – sprawdzenie poprawności wykonania zadań cząstkowych (ocena studium przypadku, analiza i ocena ćwiczeń oraz zadań cząstkowych związanych z realizacją zadania projektowego)

laboratorium - sprawdzenie poprawności wykonania zadań cząstkowych (ocena studium przypadku, analiza i ocena ćwiczeń oraz zadania projektowego)

INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ

Zajęcia przygotowywane są w formie e-learningu