

## Marketing i reklama

### Sylabus zajęć

#### Informacje podstawowe

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>Dziennikarstwo i komunikacja społeczna<br><b>Specjalność</b><br>Zarządzanie komunikacją w biznesie<br><b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa<br><b>Poziom studiów</b><br>studia drugiego stopnia<br><b>Forma studiów</b><br>studia stacjonarne<br><b>Profil studiów</b><br>profil praktyczny |                                                                                              | <b>Cykl dydaktyczny</b><br>2023/24<br><b>Kod zajęć</b><br>14DKSZKBS.24S.11195.23<br><b>Języki wykładowe</b><br>polski<br><b>Obligatoryjność</b><br>Obowiązkowy specjalnościowy<br><b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty specjalnościowe |
| <b>Koordynator zajęć</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Marcin Piechocki                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Prowadzący zajęcia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Marcin Piechocki                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Okres</b><br>Semestr 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia</b><br>• Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>3                                                                                                                                                                                                       |

#### Cele kształcenia dla zajęć

| Kod | Cel                                                                                 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| C1  | Przekazanie wiedzy o marketingu i najnowszych trendach w tym obszarze.              |
| C2  | przekazanie wiedzy na temat reklamy, jej istoty, celów oraz sposobów oddziaływania. |

#### Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza o marketingu.

## Efekty uczenia się dla zajęć

| Kod                                          | Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie                                                         | Efekty uczenia się dla kierunku          | Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Wiedzy - Student/ka:</b>                  |                                                                                                 |                                          |                                                              |
| W1                                           | definiuje pojęcie marketingu oraz rozpoznaje jego orientacje                                    | DKS_K2_W01,<br>DKS_K2_W10,<br>DKS_K2_W11 | Kolokwium pisemne                                            |
| W2                                           | zna różne formy marketingu                                                                      | DKS_K2_W01,<br>DKS_K2_W10,<br>DKS_K2_W11 | Kolokwium pisemne                                            |
| W3                                           | ma wiedzę na temat środków perswazyjnych stosowanych w reklamach                                | DKS_K2_W01,<br>DKS_K2_W10,<br>DKS_K2_W11 | Kolokwium pisemne                                            |
| <b>Umiejętności - Student/ka:</b>            |                                                                                                 |                                          |                                                              |
| U1                                           | rozumie relacje sprzedającego z klientem/otoczeniem                                             | DKS_K2_U01,<br>DKS_K2_U02                | Kolokwium pisemne                                            |
| U2                                           | umie stosować odpowiednie środki perswazyjne w poszczególnych formach komunikacji marketingowej | DKS_K2_U01,<br>DKS_K2_U02                | Kolokwium pisemne                                            |
| U3                                           | wykazuje się kreatywnością w odpowiadaniu na potrzeby klienta                                   | DKS_K2_U01,<br>DKS_K2_U02                | Kolokwium pisemne                                            |
| <b>Kompetencji społecznych - Student/ka:</b> |                                                                                                 |                                          |                                                              |
| K1                                           | jest wrażliwy na kwestie etyczne w działalności marketingowej                                   | DKS_K2_K02                               | Kolokwium pisemne                                            |
| K2                                           | est otwarty na innowacyjne formy kontaktu z otoczeniem rynkowym                                 | DKS_K2_K02                               | Kolokwium pisemne                                            |

## Treści programowe dla zajęć

| Lp. | Treści programowe dla zajęć                       | Efekty uczenia się dla zajęć | Formy zajęć |
|-----|---------------------------------------------------|------------------------------|-------------|
| 1.  | Istota orientacji marketingowej.                  | W1, U1                       | Ćwiczenia   |
| 2.  | Produkt, rynek, segmentacja, targetowanie         | W1, U1                       | Ćwiczenia   |
| 3.  | Marka, strategie zarządzania marką, funkcje marki | W1, U1, U3                   | Ćwiczenia   |
| 4.  | Marketing szeptany                                | W2                           | Ćwiczenia   |
| 5.  | Marketing wirusowy                                | W2                           | Ćwiczenia   |
| 6.  | Marketing sensoryczny                             | W2                           | Ćwiczenia   |
| 7.  | Neuromarketing                                    | W2                           | Ćwiczenia   |
| 8.  | Real Time Marketing                               | W2                           | Ćwiczenia   |
| 9.  | Ambient marketing, marketing partyzancki          | W2                           | Ćwiczenia   |
| 10. | Zabiegi perswazyjne w reklamach                   | W2, U2                       | Ćwiczenia   |
| 11. | Sprawowanie władzy przez reklamę                  | W3, U1, K1                   | Ćwiczenia   |

| Lp. | Treści programowe dla zajęć                            | Efekty uczenia się dla zajęć | Formy zajęć |
|-----|--------------------------------------------------------|------------------------------|-------------|
| 12. | Krytyka marketingu (konsumpcjonizm, greenwashing etc.) | K1, K2                       | Ćwiczenia   |

### Informacje dodatkowe

| Forma zajęć | Metody i formy prowadzenia zajęć                                                                                |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia   | Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa |

| Forma zajęć | Warunki zaliczenia zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia   | <p>Zaliczenie kolokwium - sprawdza ono wiedzę i zawiera element praktyczny (propozycja rozwiązania wskazanego problemu).</p> <p>5,0 - znakomita wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>4,5 - pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>4,0 - dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>3,5 - zadowalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne</p> <p>3,0 - podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne</p> <p>2,0 - niezadowalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> |

### Literatura

#### Obowiązkowa

1. Kotler P., Keller K.L., Marketing, Poznań 2012.
2. Tracy B., Marketing, Warszawa 2019.

#### Dodatkowa

1. Stawarz B., Content marketing i social media. Jak przyciągnąć klientów, Warszawa 2017.
2. Hulten B., Broweus N. Van Dijk M., Marketing sensoryczny, Warszawa 2011.
3. Skwaek M., Perswazja w Social Media czyli jak sprzedawać tam gdzie inni zdobywają tylko lajki, Gliwice 2021.
4. Siemińska A., Neuromarka, Warszawa 2021.
5. Jones R., Branding. Krótkie wprowadzenie, Łódź 2021.
6. Brzozowska-Woś M., Wpływ cyfrowej komunikacji marketingowej na angażowanie się w markę i współtworzenie jej wartości przez młodych konsumentów, Gdańsk 2020.

### Nakład pracy studenta i punkty ECTS

| Rodzaje zajęć studenta        | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia                     | 30                                                                  |
| Czytanie wskazanej literatury | 10                                                                  |

|                                     |                            |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Przygotowanie do zajęć              | 15                         |
| Przygotowanie do zaliczenia         | 10                         |
| Inne                                | 20                         |
|                                     |                            |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>85 |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>          | <b>ECTS</b><br>3           |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Efekty uczenia się dla kierunku

| Kod        | Treść                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DKS_K2_K02 | Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej                                                         |
| DKS_K2_U01 | Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i mediów |
| DKS_K2_U02 | Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych                                                                                   |
| DKS_K2_W01 | Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach                                                                                                                                 |
| DKS_K2_W10 | Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług                                                                                                                              |
| DKS_K2_W11 | Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji i sposoby pracy w redakcji, agencji promocyjno-reklamowej lub komórkach instytucji odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne w zależności od wybranej specjalności                                                         |