

Podstawy marketingu

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Zarządzanie w administracji lokalnej		Cykl dydaktyczny 2024/25	
Specjalność -		Kod zajęć 16ZALS.12K.04475.24	
Jednostka organizacyjna Instytut Kultury Europejskiej w Gnieźnie		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia pierwszego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Profil studiów profil ogólnoakademicki			
Koordynator zajęć	Piotr Pawlak		
Prowadzący zajęcia	Piotr Pawlak		
Okres Semestr 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia - Wykład: 30, Egzamin - Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 6

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem przedmiotu jest zdobycie wiedzy przez studenta z zakresu możliwości wykorzystania marketingu w zarządzaniu w administracji lokalnej. W ramach przedmiotu student pozyska wiedzę i wyrobi umiejętność myślenia i działania marketingowego.

Wymagania wstępne

Umiejętność pracy w grupie. Podstawowo znajomość komunikacji w organizacji oraz problematyki zarządzania.

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
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna problematykę i zagadnienia z zakresu marketingu i zarządzania, a także ich powiązania z naukami o polityce oraz administracji	ZAL_K1_W01, ZAL_K1_W02, ZAL_K1_W15	Egzamin pisemny, Kolokwium ustne
W2	Posiada wiedzę z zakresu tworzenia i rodzajów strategii marketingowych	ZAL_K1_W03, ZAL_K1_W17	Egzamin pisemny, Kolokwium ustne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Posiada podstawowe umiejętności z zakresu kreowania wizerunku	ZAL_K1_U02, ZAL_K1_U04, ZAL_K1_U11	Egzamin pisemny, Kolokwium ustne
U2	Zna podstawowe instrumenty promocji	ZAL_K1_U02, ZAL_K1_U03, ZAL_K1_U15	Egzamin pisemny, Kolokwium ustne
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Potrafi dokonać analizy otoczenia firmy i instytucji	ZAL_K1_K02, ZAL_K1_K13	Egzamin pisemny, Kolokwium ustne
K2	Potrafi przeprowadzić podstawowe badania marketingowe	ZAL_K1_K14	Egzamin pisemny, Kolokwium ustne

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Podstawowe zagadnienia dotyczące marketingu i zarządzania	W1, W2	Wykład, Ćwiczenia
2.	Zarządzanie produktem	U1, U2	Wykład, Ćwiczenia
3.	Rodzaje strategii marketingowych	K1, K2	Wykład, Ćwiczenia
4.	Techniki ustalania poziomu cen	W1, K2	Wykład, Ćwiczenia
5.	Instrumenty promocji	W2, K1	Wykład, Ćwiczenia
6.	Badania marketingowe	U2, K1	Wykład, Ćwiczenia
7.	Projekt wdrażania nowego produktu na rynek	W1, U1	Wykład, Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Wykład problemowy
Ćwiczenia	Metoda ćwiczeniowa, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Student otrzyma 3 pytania na egzaminie pisemnym, ich ocena według kryteriów poniżej: 5.0 - znakomita wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.5 - bardzo dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.0 - dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.5 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.0 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 2.0 - niezadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu
Ćwiczenia	Student otrzyma 3 pytania na kolokwium ustnym, ich ocena według kryteriów poniżej: 5.0 - znakomita wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.5 - bardzo dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.0 - dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.5 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.0 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 2.0 - niezadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu

Literatura

Obowiązkowa

1. P. Kotler Marketing 5.0, Warszawa 2021
2. Monika N. (2023), Reklama Aspekty prawne Nowe wyzwania, Warszawa
3. A. Barska (red.), Reklama wczoraj i dziś, Warszawa 2016.
4. Oruba N. (2023), Copywriting, Gliwice
5. J. Królewski, P. Sala (red.), E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy, Warszawa 2016.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	30
Ćwiczenia	30
Czytanie wskazanej literatury	30
Przygotowanie do egzaminu	30
Przygotowanie do zajęć	20
Przygotowanie do zaliczenia	20

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 160
Liczba punktów ECTS	ECTS 6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
ZAL_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do przyjęcia postawy krytycznej wobec przyswajanej wiedzy i powszechnych opinii
ZAL_K1_K13	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w życiu społeczno-politycznym, korzystając z różnych mediów i nowych technologii komunikacyjnych
ZAL_K1_K14	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do podejmowania działań publiczno-administracyjnych w zróżnicowanym pod względem kulturowym, geograficznym, ekonomicznym, prawnym i społecznym środowisku wielokulturowym a także międzynarodowym
ZAL_K1_U02	Absolwent/ka potrafi prawidłowo opisywać, interpretować i oceniać zjawiska społeczne (polityczne, prawne, ekonomiczne) w wymiarze lokalnym i międzynarodowym
ZAL_K1_U03	Absolwent/ka potrafi interpretować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk społecznych w kraju i na arenie międzynarodowej z perspektywy obserwatora, uczestnika życia politycznego i pracownika administracji lokalnej
ZAL_K1_U04	Absolwent/ka potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne oraz diagnozować regionalne potrzeby polityczne, prawne, ekonomiczne z wykorzystaniem metod i narzędzi właściwych dla kierunku studiów
ZAL_K1_U11	Absolwent/ka potrafi organizować pracę własną i zespołową, w sposób innowacyjny planować działania na płaszczyźnie zawodowej
ZAL_K1_U15	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać efektywnie i bezpiecznie narzędzia cyfrowe i zaawansowane technologie informacyjno-komunikacyjne
ZAL_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie miejsce problematyki i zagadnień z zakresu administracji publicznej w systemie nauk, szczególnie ich przedmiotowe i metodologiczne powiązania z naukami o polityce i administracji oraz naukami prawnymi
ZAL_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane metodologie i teorie właściwe dla kierunku studiów, tj. nauk o polityce i administracji, nauk prawnych oraz powiązane z nimi terminologie
ZAL_K1_W03	Absolwent/ka zna i rozumie prawne, społeczne, polityczne, ekonomiczne oraz etyczne podstawy funkcjonowania administracji lokalnej
ZAL_K1_W15	Absolwent/ka zna i rozumie ogólne zasady wspomagania rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości przez administrację publiczną, zgodne z podstawową wiedzą z zakresu zarządzania, ekonomii, prawa i marketingu politycznego
ZAL_K1_W17	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zarządzania i marketingu, stosowane we współczesnej administracji publicznej (w szczególności administracji lokalnej)