



UNIWERSYTET  
IM. ADAMA MICKIEWICZA  
W POZNANIU

## Innowacyjny marketing w organizacji

### Sylabus zajęć

#### Informacje podstawowe

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>Politologia<br><b>Specjalność</b><br>Inteligentne zarządzanie organizacją<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 ogólnoakademicki |                                                                                              | <b>Cykl dydaktyczny</b><br>2023/24<br><b>Kod zajęć</b><br>14POLIZOS.24S.11263.23<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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Artur Pohl                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Prowadzący zajęcia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Artur Pohl                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Okres</b><br>Semestr 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia</b><br>• Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2                                                                                                                                                                                                       |

#### Cele kształcenia dla zajęć

| Kod | Cel                                                                                                                               |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C1  | Przedstawienie studentom podstawowych pojęć i zagadnień z zakresu marketingu w organizacji.                                       |
| C2  | Wykształcenie u studentów umiejętności wykorzystania innowacji w opracowywaniu strategii z zakresu marketingu w organizacjach.    |
| C3  | Wyposażenie studentów w praktyczne, innowacyjne umiejętności prowadzenia badań i zarządzania działalnością w obszarze 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                                           | zna narzędzia oraz innowacyjne instrumenty marketingu.                                                                                         | POL_K2_W11                                                 | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| W2                                           | zna możliwe do stosowania taktyki i strategie współczesnego marketingu.                                                                        | POL_K2_W05, POL_K2_W11                                     | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| W3                                           | rozdzieli współczesne, innowacyjne formy marketingu stosowane w poszczególnych typach organizacji.                                             | POL_K2_W05, POL_K2_W11                                     | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| <b>Umiejętności - Student/ka:</b>            |                                                                                                                                                |                                                            |                                                                        |
| U1                                           | potrafi scharakteryzować narzędzia oraz innowacyjne instrumenty marketingu.                                                                    | POL_K2_U01, POL_K2_U04, POL_K2_U05                         | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| U2                                           | potrafi analizować otoczenie marketingowe i wyniki analizy zastosować w tworzeniu strategii marketingowej.                                     | POL_K2_U02, POL_K2_U04, POL_K2_U05                         | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| U3                                           | umie dobierać instrumenty marketingowe zapewniające skuteczną realizację strategii.                                                            | POL_K2_U02, POL_K2_U04, POL_K2_U05                         | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| U4                                           | potrafi adaptować innowacyjne efekty wdrażania gospodarki 4.0 i 5.0.                                                                           | POL_K2_U02, POL_K2_U04, POL_K2_U05, POL_K2_U07             | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| U5                                           | potrafi być aktywny, innowacyjny, wykazujący kreatywność w prowadzeniu analiz i formułowaniu koncepcji, modeli i strategii.                    | POL_K2_U02, POL_K2_U04, POL_K2_U05, POL_K2_U07, POL_K2_U08 | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |
| <b>Kompetencji społecznych - Student/ka:</b> |                                                                                                                                                |                                                            |                                                                        |
| K1                                           | jest gotów do aktywnego, innowacyjnego, krytycznego analizowania, formułowania, a w efekcie prowadzenia strategii marketingowej w organizacji. | POL_K2_K01, POL_K2_K02, POL_K2_K06                         | Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa) |

## Treści programowe dla zajęć

| Lp. | Treści programowe dla zajęć | Efekty uczenia się dla zajęć | Formy zajęć |
|-----|-----------------------------|------------------------------|-------------|
|-----|-----------------------------|------------------------------|-------------|

| Lp. | Treści programowe dla zajęć                                                                              | Efekty uczenia się dla zajęć | Formy zajęć |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------|
| 1.  | Geneza i determinanty rozwoju marketingu w organizacjach.                                                | W1, U1                       | Ćwiczenia   |
| 2.  | Istota i obszary innowacji w marketingu.                                                                 | W1, U1                       | Ćwiczenia   |
| 3.  | Główne zasady, cele i współczesne rynki docelowe.                                                        | W1, U1                       | Ćwiczenia   |
| 4.  | Rola marketingu personalnego i interakcyjnego w organizacjach.                                           | W2, W3, U5, K1               | Ćwiczenia   |
| 5.  | Etapy zmian orientacji marketingowych.                                                                   | W2                           | Ćwiczenia   |
| 6.  | Innowacyjne instrumenty marketingowe.                                                                    | W3, U3, K1                   | Ćwiczenia   |
| 7.  | Organizacyjne aspekty rozwoju marketingu w organizacjach w Polsce – stan aktualny i perspektywy rozwoju. | W2, W3                       | Ćwiczenia   |
| 8.  | Zasady budowy innowacyjnych strategii marketingowej.                                                     | W2, U2, U3, U5, K1           | Ćwiczenia   |
| 9.  | Przemysł 4.0 a działalność marketingowa.                                                                 | W3, U4, U5, K1               | Ćwiczenia   |
| 10. | Sztuczna inteligencja w marketingu.                                                                      | W3, U4, U5, K1               | Ćwiczenia   |

### Informacje dodatkowe

| Forma zajęć | Metody i formy prowadzenia zajęć                                                                                                          |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia   | Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Dyskusja, Pokaz i obserwacja, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach |

| Forma zajęć | Warunki zaliczenia zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia   | <p>Student uzyskuje pozytywną ocenę z ćwiczeń, gdy:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jest obecny na zajęciach (dopuszczalna 1 nieusprawiedliwiona nieobecność).</li> <li>2. Przygotuje i przedstawi prezentację multimedialną. Tematy prezentacji zostaną wybrane z zaproponowanej listy przez studentów podczas pierwszych zajęć.</li> <li>3. Aktywnie uczestniczy w zajęciach, bierze udział w prowadzonych dyskusjach oraz rozwiązywaniu zadań wskazanych przez prowadzącego.</li> </ol> <p>Kryteria oceniania:</p> <p>bardzo dobry (bdb; 5,0): doskonała wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne</p> <p>niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> |

## Literatura

### Obowiązkowa

1. Marketing mobilny,( red.) Dejnaka A., Warszawa 2019.
2. Szymański G., Innowacje marketingowe w sektorze e-commerce, Łódź 2013.

### Dodatkowa

1. Kacprzak A., Marketing doświadczeń w Internecie, Warszawa 2017.
2. Sławińska M., Innowacje marketingowe w działalności przedsiębiorstw handlowych, Lublin 2015.

## Nakład pracy studenta i punkty ECTS

| Rodzaje zajęć studenta                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia                                | 15                                                                  |
| Przygotowanie prezentacji multimedialnej | 15                                                                  |
| Czytanie wskazanej literatury            | 10                                                                  |
| Przygotowanie do zajęć                   | 10                                                                  |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>50                                          |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>               | <b>ECTS</b><br>2                                                    |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Efekty uczenia się dla kierunku

| Kod        | Treść                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| POL_K2_K01 | Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy, w szczególności tej z obszaru nauk o polityce i administracji                                                                                                                                                                              |
| POL_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, w szczególności związanej z pracami typowymi dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji |
| POL_K2_K06 | Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej typowej dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji przedsiębiorczością i innowacyjnością                                                                                                                                                |
| POL_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 nauk o polityce i administracji                                                 |
| POL_K2_U02 | Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi charakterystycznych dla nauk o polityce i administracji                                                                                                                                      |
| POL_K2_U04 | Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji                                                                                                                                     |
| POL_K2_U05 | Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystycznymi dla nauk o polityce i administracji                                                                                                                                                                                           |
| POL_K2_U07 | Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym organizacji politycznej, oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę                                                                                                                                                                                 |
| POL_K2_U08 | Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie                                                                                                                                                                                                                 |
| POL_K2_W05 | Absolwent/ka zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej typowej dla specjalistów z zakresu nauk o polityce i administracji                                                                                                                                                                             |
| POL_K2_W11 | Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji politycznej i sposoby pracy w środowisku politycznym oraz administracyjnym                                                                                                                                                                                                                   |