

Podstawy marketingu

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Zarządzanie i prawo w biznesie		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność -		Kod zajęć 10ZPBN.18K.04475.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Prawa i Administracji		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia pierwszego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Jarosław Grykiel, Szymon Piotrowski		
Prowadzący zajęcia	Jarosław Grykiel, Szymon Piotrowski		
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Konwersatorium: 22, Egzamin		Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przyswojenie przez studenta podstawowej wiedzy z zakresu marketingu, w szczególności zaś zasad i narzędzi promocji marketingowej.

Wymagania wstępne

Wymagania wstępne w zakresie wiedzy są następujące:

- podstawowa wiedza w zakresie mikroekonomii;
- znajomość podstaw organizacji i zarządzania.

Brak szczególnych wymagań w zakresie umiejętności i kompetencji społecznych.

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	potrafi prawidłowo posługiwać się podstawową terminologią z zakresu marketingu,	ZPB_K1_W01	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Aktywność na zajęciach.
W2	potrafi zdefiniować rynek, przeprowadzić jego segmentację w oparciu o wybrane kryteria,	ZPB_K1_W01, ZPB_K1_W04, ZPB_K1_W05, ZPB_K1_W06, ZPB_K1_W08	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi prawidłowo posługiwać się podstawową terminologią z zakresu marketingu,	ZPB_K1_U01, ZPB_K1_U06	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Aktywność na zajęciach.
U2	potrafi zdefiniować rynek, przeprowadzić jego segmentację w oparciu o wybrane kryteria,	ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U03, ZPB_K1_U05, ZPB_K1_U06, ZPB_K1_U07	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
U3	potrafi wybrać docelową grupę nabywców i pozycjonowanie,	ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U05, ZPB_K1_U06, ZPB_K1_U07	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
U4	potrafi opracować odpowiednią strategię produktu i zarządzać asortymentem produktów,	ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U05, ZPB_K1_U06, ZPB_K1_U07	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
U5	potrafi opracować strategię cenową i rozumieć mechanizmy rządzące ustaleniem cen,	ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U05, ZPB_K1_U06, ZPB_K1_U07	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
U6	potrafi opracować strategię marketingową wybranego produktu.	ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U05, ZPB_K1_U06, ZPB_K1_U07	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	potrafi prawidłowo posługiwać się podstawową terminologią z zakresu marketingu,	ZPB_K1_K01, ZPB_K1_K04	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Aktywność na zajęciach.
K2	potrafi zdefiniować rynek, przeprowadzić jego segmentację w oparciu o wybrane kryteria,	ZPB_K1_K01, ZPB_K1_K04	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
K3	potrafi wybrać docelową grupę nabywców i pozycjonowanie,	ZPB_K1_K01, ZPB_K1_K04, ZPB_K1_K09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K4	potrafi opracować odpowiednią strategię produktu i zarządzać asortymentem produktów,	ZPB_K1_K01, ZPB_K1_K02, ZPB_K1_K03, ZPB_K1_K04, ZPB_K1_K09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
K5	potrafi opracować strategię cenową i rozumieć mechanizmy rządzące ustaleniem cen,	ZPB_K1_K01, ZPB_K1_K02, ZPB_K1_K03, ZPB_K1_K04, ZPB_K1_K09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Aktywność na zajęciach.
K6	potrafi opracować strategię marketingową wybranego produktu.	ZPB_K1_K01, ZPB_K1_K02, ZPB_K1_K03, ZPB_K1_K04, ZPB_K1_K09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Rola marketingu we współczesnej organizacji i działania marketingowe w nowej gospodarce.	W1, U1, U6, K1, K6	Konwersatorium
2.	Analiza otoczenia marketingowego.	W1, U1, U6, K1, K6	Konwersatorium
3.	Marketing dóbr produkcyjnych, konsumpcyjnych, oraz usług.	W1, W2, U1, U2, U6, K1, K2, K6	Konwersatorium
4.	System informacji marketingowej w przedsiębiorstwie.	W1, U1, U6, K1, K6	Konwersatorium
5.	Analiza zachowań konsumentów.	W1, U1, U3, U6, K1, K3, K6	Konwersatorium
6.	Definiowanie rynku , identyfikacja segmentów rynkowych, wybór rynku docelowego i pozycjonowanie.	W1, W2, U1, U2, U3, U6, K1, K2, K3, K6	Konwersatorium
7.	Marketing-mix jako narzędzie oddziaływania na rynek.	W1, U1, U4, U6, K1, K4, K6	Konwersatorium
8.	Cykl życia produktu.	W1, U1, U4, U6, K1, K4, K6	Konwersatorium
9.	Strategie cenowe.	W1, U1, U5, U6, K1, K5, K6	Konwersatorium
10.	Wybór i zarządzanie kanałami marketingowymi.	W1, U1, U6, K1, K6	Konwersatorium
11.	Narzędzia promocji i zasady skutecznej komunikacji marketingowej.	W1, U1, U6, K1, K6	Konwersatorium
12.	Organizowanie działań marketingowych.	W1, U1, U6, K1, K6	Konwersatorium

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Konwersatorium	Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Uczenie problemowe (Problem-based learning), Metoda ćwiczeniowa, Metoda projektu, Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Metoda aktywizująca - technika analizy SWOT, Metoda aktywizująca - technika drzewka decyzyjnego, Metoda aktywizująca - metoda "kuli śniegowej", Metoda aktywizująca - konstruowanie "map myśli", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Konwersatorium	bardzo dobry (bdb; 5,0): a) bardzo dobra znajomość podstaw marketingu; b) bardzo dobre formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dobry plus (+db; 4,5): a) bardzo dobra znajomość podstaw marketingu; b) dobre formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dobry (db; 4,0): a) dobra znajomość podstaw marketingu; b) dobre formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dostateczny plus (+dst; 3,5): a) dobra znajomość podstaw marketingu; b) poprawne formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dostateczny (dst; 3,0): a) dostateczna znajomość podstaw marketingu; b) poprawne formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. niedostateczny (ndst; 2,0): a) niedostateczna znajomość podstaw marketingu; b) brak umiejętności formułowania poglądów i ich racjonalnego uzasadniania.

Literatura

Obowiązkowa

1. Ph. Kotler, Marketing, Wydawnictwo Rebis, Poznań 2012.
2. Kompendium wiedzy o marketingu, red. H. Mruk, B. Pilarczyk, Warszawa: PWN, 2007.
3. Ph. Kotler, Kotler o marketingu, Jak tworzyć, zdobywać i zdominować rynki, Onepress, Warszawa 2010.
4. J. Lambin, Strategiczne zarządzanie marketingowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
5. J. Altkorn (red.), Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 2004.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Konwersatorium	22
Przygotowanie do zajęć	20
Przygotowanie projektu	12
Przygotowanie do egzaminu	36

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
ZPB_K1_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do świadomego i kreatywnego wykorzystania posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności oraz dostrzegania potrzeby dalszego kształcenia zawodowego; do podjęcia studiów drugiego stopnia
ZPB_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do jest gotów do zastosowania posiadanych wiedzy i umiejętność we współdziałaniu z grupą, przyjmując w niej różne role
ZPB_K1_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do określania priorytetów służących realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz efektywnego organizowania pracy
ZPB_K1_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do posługiwania się ogólną wiedzą z zakresu nauk społecznych, w tym szczególnie nauk o zarządzaniu, nauk ekonomicznych oraz nauk prawnych i ją wykorzystywać w pracy zawodowej z zachowaniem zasad etycznych
ZPB_K1_K09	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywny
ZPB_K1_U01	Absolwent/ka potrafi prawidłowo interpretować podstawowe pojęcia, ekonomiczne z zakresu nauki o zarządzaniu i nauk ekonomicznych wykładanych w ramach kierunku studiów; posługiwać się podstawową terminologią z zakresu poszczególnych dziedzin będących przedmiotem studiów
ZPB_K1_U02	Absolwent/ka potrafi w zaawansowanym stopniu wykorzystać wiedzę teoretyczną dla dokonywania prostej analizy procesów i zjawisk gospodarczych, w tym dotyczących przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem procesów zarządczych
ZPB_K1_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać pozyskaną wiedzę dla wyjaśnienia przyczyn i przebiegu zmian wybranych zagadnień ekonomicznych i procesów zarządczych dotyczących dziedzin właściwych dla kierunku studiów
ZPB_K1_U05	Absolwent/ka potrafi odnaleźć przepisy powszechnie obowiązującego prawa dotyczącego przedsiębiorstwa, a także przykłady ich zastosowania w praktyce
ZPB_K1_U06	Absolwent/ka potrafi dokonać analizy wybranej instytucji obowiązującego prawa handlowego, cywilnego, podatkowego, karnego, finansowego lub gospodarczego
ZPB_K1_U07	Absolwent/ka potrafi wykorzystać swoją wiedzę prawniczą w podejmowaniu decyzji gospodarczych pojawiających się na średnim szczeblu zarządzania w przedsiębiorstwie
ZPB_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie charakter nauk o organizacji i zarządzaniu, nauk ekonomicznych oraz nauk prawnych, ich miejsce w systemie nauk społecznych (politycznych, ekonomicznych, prawnych), a także ich powiązania z praktyką gospodarczą
ZPB_K1_W04	Absolwent/ka zna i rozumie istotę, prawidłowości i problemy zarządzania różnymi organizacjami, w tym przedsiębiorstwami, instytucjami publicznymi i strukturami bezpieczeństwa państwa
ZPB_K1_W05	Absolwent/ka zna i rozumie wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie stosunków gospodarczych i zasady określające jego rolę w procesach zarządczych w organizacjach gospodarczych
ZPB_K1_W06	Absolwent/ka zna i rozumie metody i narzędzia rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania praktycznych problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi i informacjami
ZPB_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie poglądy na temat przedsiębiorstwa i jego złożonych struktur gospodarczych oraz ich historyczną ewolucję