

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie marketingowo-logistyczne (Wykład), PG_00102692						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2025/2026				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski polski				
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS	2.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	egzamin				
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Tomasz Nowosielski					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Tomasz Nowosielski					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		0.0		0.0	15
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do uczestnictwa w obsłudze transportowej ładunków handlu morskiego. W zajęciach uczestniczą przedstawiciele praktyki gospodarczej, przedsiębiorstw: armatorskiego, spedycyjnego, operatora portowego terminalu kontenerowego i spółki opracowującej koncepcję port community system.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_U01] potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać złożone i nietypowe zjawiska ekonomiczne oraz relacje występujące między nimi, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i międzynarodowych stosunków gospodarczych	Student potrafi posługiwać się regulami i standardami dotyczącymi działalności gospodarczej w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów wynikających z międzynarodowej współpracy gospodarczej. Student konsultuje się w zakresie zagadnień związanych z przedmiotem zajęć.	[SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_W01] ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych, w szczególności ekonomii, jej miejsca w systemie nauk, relacji z innymi naukami i dziedzinami wiedzy	Student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_W03] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym, międzynarodowym i globalnym	Student zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej. Student konsultuje się w zakresie zagadnień związanych z przedmiotem zajęć.	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_K08] odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, potrafi określić priorytety oraz odpowiednio rozplanować pracę z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych	Student jest gotów do krytycznej oceny poziomu posiadanej wiedzy, umiejętności i kompetencji zawodowych w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych. Student konsultuje się w zakresie zagadnień związanych z przedmiotem zajęć.	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
[MSGMU2_K01] jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem	Student jest gotów do samodzielnego identyfikowania, diagnozowania i odpowiedzialnego rozstrzygnięcia dylematów oraz różnych wariantów rozwiązań związanych z wykonywaniem zawodu i rozwijaniem dorobku zawodowego	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta	
Treści przedmiotu	1. Zarządzanie marketingowo-logistyczne jako koncepcja orientacji zasobowo-rynkowej przedsiębiorstw - wprowadzenie 2. Istota i główne cechy zarządzania marketingowo-logistycznego 3. Model zarządzania marketingowo-logistycznego i koncepcja łańcucha wartości 4. Charakterystyka etapów zarządzania marketingowo-logistycznego 5. Zarządzanie przepływem zasobów produkcyjnych - zaopatrzenie w koncepcji marketingowo-logistycznej przedsiębiorstwa 6. Realizacja koncepcji wartości dodanej klienta w zarządzaniu marketingowo-logistycznym produkcją w przedsiębiorstwie 7. Dystrybucja jako cel zarządzania marketingowo-logistycznego i warunki utrzymania związków z klientami 8. Strategie marketingowo-logistyczne - uwarunkowania i koncepcje rozwoju rynkowego przedsiębiorstw 9. Kontrola przebiegu procesów w przedsiębiorstwie jako element zarządzania marketingowo-logistycznego 10. Rozwój koncepcji zarządzania marketingowo-logistycznego		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wymagana wiedza podstawowa obejmuje podstawy zarządzania organizacjami, marketing i logistyki.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa ocena końcowej
	Test egzaminacyjny i aktywność studentów na zajęciach	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Blaik P., Logistyczna. Koncepcja zintegrowanego zarządzania, PWN, Warszawa 2017 2. Wojciechowski T., Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem, Difin, Warszawa 2011 3. Harrison A., van Hoek R., Zarządzanie logistyką, PWE, Warszawa 2009 4. Matwiejczuk R., Zarządzanie marketingowo-logistyczne. Wartość i efektywność, Wydawnictwo CH Beck, Warszawa 2006 5. Christopher M., Peck H., Logistyka marketingowa, PWE, Warszawa 2005	

	Uzupełniająca lista lektur	1. Nowosielski T., Budowanie konkurencyjności usług logistycznych w obsłudze ładunków skonteneryzowanych, [w:] Transport morski w międzynarodowych procesach logistycznych, pod red. H. Salmonowicza, Wydawnictwo Zapol, Szczecin 2012 2. Mytlewski A., Nowosielski T., Schomburg J., Logistyczne uwarunkowania produkcji energii cieplnej z wykorzystaniem surowców odnawialnych. Case study przedsiębiorstw PERIG i EKOLOG, Gdańsk 2010 3. Nowosielski T., Infrastrukturalne uwarunkowania rozwoju logistyki morskiej, [w:] Funkcjonowanie systemów logistycznych, Prace Naukowe Wyższej szkoły Bankowej, 2/2009 4. Bielenia M., Different approaches of leadership in multicultural teams through the perspective of actor-network theory, [in:] Contemporary applications of actor network theory, Palgrave Macmillan, Singapore 2020
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koncepcja orientacji zasobowo-rynkowej przedsiębiorstw.</li> <li>2. Koncepcja marketingowa przedsiębiorstw.</li> <li>3. Istota i główne cechy zarządzania marketingowo-logistycznego.</li> <li>4. Koncepcja łańcucha wartości.</li> <li>5. Realizacja koncepcji wartości dodanej klienta w zarządzaniu marketingowo-logistycznym.</li> </ol>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.