

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Design w marketingu , PG_00155638                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2024 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2024/2025                                            |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                           |                       |       |
| Rok studiów                              | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski                                               |                       |       |
| Semestr studiów                          | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 3.0                                                  |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                           |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                           | dr hab. Anna Dziadkiewicz            |                        |                                                      |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                              | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 15.0                                                      | 15.0                                 | 0.0                    | 0.0                                                  | 0.0                   | 30    |
|                                          | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 30                                                        |                                      | 9.0                    |                                                      | 36.0                  | 75    |
| Cel przedmiotu                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zapoznanie studentów z rolą i znaczeniem designu w strategii marketingowej.</li><li>• Rozwinięcie umiejętności tworzenia i oceny projektów designu marketingowego.</li><li>• Zrozumienie, jak design wpływa na percepcję marki, decyzje zakupowe i zachowania konsumenckie.</li><li>• Nauka integracji designu z innymi elementami strategii marketingowej, takimi jak branding, komunikacja wizualna i user experience oraz strategia przedsiębiorstwa.</li></ul> |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Effekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Effekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                      |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [ZARZMU2_K04] Ma świadomość konieczności rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu i wypełnianiem zobowiązań społecznych. Prawdłowo je identyfikuje.                                                                                                                                                                                                                       | Student ma świadomość etycznych i społecznych dylematów związanych z projektowaniem i wdrażaniem strategii marketingowych. Potrafi prawidłowo je identyfikować oraz uwzględniać w procesie tworzenia odpowiedzialnych i zrównoważonych rozwiązań designu.                                                                                                                     | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                               | [ZARZMU2_W08] Ma pogłębioną wiedzę o przedsiębiorstwie i przedsiębiorczości, determinantach kształtujących efektywność działalności gospodarczej z uwzględnieniem aspektów regionalnych i międzynarodowych.                                                                                                                                                                               | Student ma pogłębioną wiedzę na temat roli designu w marketingu, czynników kształtujących efektywność strategii marketingowych z uwzględnieniem aspektów wizualnych, regionalnych i międzynarodowych.                                                                                                                                                                         | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna                   |
|                               | [ZARZMU2_K01] Ma świadomość deprecjacji wiedzy w czasie i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i pogłębiania wiedzy zarówno w trybie akademickim jak również pozaakademickim. Potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.                                                                                                                                   | Student rozumie dynamiczny charakter trendów i technologii w designie oraz marketingu, co buduje świadomość konieczności ciągłego doskonalenia swoich umiejętności i aktualizacji wiedzy zarówno w kontekście akademickim, jak i zawodowym. Potrafi inspirować innych do kreatywnego myślenia oraz skutecznie organizować proces uczenia się w obszarze designu i marketingu. | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                               | [ZARZMU2_U07] Potrafi wyszukiwać szczegółowe informacje w procesie podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach.                                                                                                                                                                                                          | Student potrafi wyszukiwać i analizować szczegółowe informacje niezbędne do podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji dotyczących projektowania strategii marketingowych, uwzględniając aspekty wizualne i estetyczne oraz ich wpływ na skuteczność komunikacji i pozycjonowanie marki na rynku.                                                                          | [SU5] realizacja zadania problemowego                                                                  |
|                               | [ZARZMU2_W03] Ma rozszerzoną wiedzę o formach organizacyjno-prawnych tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw i rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości w Polsce, zna i rozumie zaawansowane pojęcia prawne, zasady i normy i przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.                                                                           | Student posiada rozszerzoną wiedzę na temat zasad regulujących wykorzystanie designu w marketingu, rozumie zaawansowane pojęcia związane z ochroną własności intelektualnej dotyczącego projektowania graficznego i komunikacji wizualnej w kontekście działalności gospodarczej.                                                                                             | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna                   |
|                               | [ZARZMU2_U06] Potrafi prognozować oraz symulować złożone zjawiska gospodarcze i społeczne w odniesieniu do skali makro (gospodarka), a także w ujęciu mikro (przedsiębiorstwo), z wykorzystaniem złożonych metod i narzędzi stosowanych w naukach o zarządzaniu i jakości.                                                                                                                | Student potrafi prognozować oraz symulować efekty działań marketingowych z uwzględnieniem strategii designu, analizując ich wpływ na percepcję marki oraz zachowania konsumentów, zarówno na poziomie makro (rynek), jak i mikro (przedsiębiorstwo), z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi projektowych i metod analizy marketingowej.                                     | [SU5] realizacja zadania problemowego<br>[SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta   |
| Treści przedmiotu             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do designu w marketingu</li> <li>2. Elementy designu</li> <li>3. Branding i design</li> <li>4. Komunikacja wizualna</li> <li>5. User Experience (UX) i User Interface (UI)</li> <li>6. Nowoczesne narzędzia i technologie w designie</li> <li>7. Przypadki badań (case studies)</li> <li>8. Etyka i zrównoważony design</li> </ol> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                        |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Student powinien mieć wiedzę z podstaw marketingu, aby zrozumieć, jak design wpisuje się w szerszą strategię marketingową. Powinien także rozumieć podstawowe zasady komunikacji wizualnej, takie jak użycie koloru, typografii i kompozycji, co ułatwi im zrozumienie bardziej zaawansowanych konceptów omawianych w kursie.                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                        |

|                                                             |                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                         |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                             | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Składowa oceny końcowej |
|                                                             | obecność na zajęciach                                                   | 80.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 20.0%                   |
|                                                             | projekt zaliczeniowy                                                    | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 40.0%                   |
|                                                             | prace pisemne                                                           | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 40.0%                   |
| Zalecana lista lektur                                       | Podstawowa lista lektur                                                 | Dziadkiewicz, A. (2020). Design Management. Uwarunkowania i efekty wdrożenia w przedsiębiorstwie, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.                                                                                                                                                                                    |                         |
|                                                             | Uzupełniająca lista lektur                                              | 1. Chłodnicki, M., Karel, A. (2020). Service design po polsku. Jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów, Warszawa: PWN.<br><br>2. Wojciechowska, K. (2020). Customer Experience Management. Moc pozytywnych doświadczeń na ścieżce twojego klienta, Warszawa: OnePress.<br><br>3. Materiały przygotowane przez wykładowcę. |                         |
|                                                             | Adresy eZasobów                                                         | Adresy na platformie eNauczanie:                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                         |
|                                                             | Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                       | Nie dotyczy                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.