

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Marketing (Ćw. audytoryjne), PG_00169931						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Rynku Transportowego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Krzysztof Grzelec				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	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		10.0		35.0	75
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest: 1. Poznanie istoty marketingu 2. Poznanie zasad przeprowadzenia segmentacji rynku 3. Nabycie umiejętności zastosowania instrumentów marketingowych 4. Nabycie umiejętności sporządzenia strategii marketingowej						

Efekty uczenia się przedmiotu	Effekt kierunkowy	Effekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_W05] ma zaawansowaną wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania oraz o jego działaniu w tych strukturach, zna dobrze motywów podejmowania decyzji gospodarczych przez człowieka	ma zaawansowaną wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania oraz o jego działaniu w tych strukturach, zna dobrze motywów podejmowania decyzji gospodarczych przez człowieka	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONL3_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONL3_U06] wykorzystuje posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania do rozstrzygania dylematów gospodarczych i społecznych pojawiających się w pracy zawodowej	wykorzystuje posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania do rozstrzygania dylematów gospodarczych i społecznych pojawiających się w pracy zawodowej	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONL3_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONL3_U03] potrafi analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz trafnie analizować te zjawiska za pomocą adekwatnych metod i narzędzi ekonomicznych i społecznych	potrafi analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz trafnie analizować te zjawiska za pomocą adekwatnych metod i narzędzi ekonomicznych i społecznych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONL3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań, związane z wykonywaniem zawodu	prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań, związane z wykonywaniem zawodu w obszarze marketingu.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	1. Temat zajęć: Istota marketingu • Pojęcie, uwarunkowania i założenia funkcjonowania marketingu • Struktura sfery badawczej i instrumentalnej marketingu • Ewolucja marketingu 2. Temat zajęć: Marketing a warunki działania • Zewnętrzne i wewnętrzne warunki działania • Zależne i niezależne warunki działania • Warunki działania a struktura marketingu 3. Temat zajęć: Podstawy decyzji marketingowych • Poszukiwanie możliwości działania • Metody analizy ogólnego rynkowego otoczenia przedsiębiorstwa • Metody analizy potencjału i warunków działania przedsiębiorstwa 4. Temat zajęć: Plan marketingowy • Istota, treść, funkcje i rodzaje planu • Proces planowania marketingowego • Warunki poprawności planu 5. Temat zajęć: Postępowanie konsumenta na rynku • Modele postępowania konsumenta na rynku • Czynniki charakteryzujące konsumenta jako determinanty jego postępowania na rynku • Fazy, typy i rodzaje decyzji cenowych 6. Temat zajęć: Segmentacja rynku i plasowanie produktów na rynku • Pojęcie, kryteria i procedura segmentacji • Zasady wyboru rynku docelowego • Strategie plasowania produktów 7. Temat zajęć: Badania marketingowe jako element systemu informacji marketingowej • Pojęcie i struktura systemu informacji marketingowej • Istota, cel, cykl, zakres i rodzaje badań marketingowych • Wielkość i metody doboru próby 8. Temat zajęć: Zarządzanie produktem • Pojęcie, klasyfikacja, poziomy, aspekty i funkcjonowanie produktu • Fazy i rodzaje cyklu życia produktu • Regulowanie cyklu życia produktu 9. Temat zajęć: Zarządzanie ceną • Marketingowe funkcje i zadania ceny • Proces kształtowania cen • Rabaty i różnicowanie cen 10. Temat zajęć: Zarządzanie dystrybucją • Pojęcie i składowe części dystrybucji • Kształtowanie kanałów dystrybucji • Intensywność dystrybucji 11. Temat zajęć: Zarządzanie komunikacją marketingową • Pojęcie, elementy i intensywność działań promocyjnych • Funkcje, rodzaje i znaczenie reklamy • Istota, typy, rola i uwarunkowania sprzedaży bezpośredniej W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcie wykładów, studenci mają możliwość udziału w konsultacjach.									
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wymagania wstępne: znajomość podstawowej problematyki ekonomicznej.									
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><td>Sposób oceniania (składowe)</td><td>Próg zaliczeniowy</td><td>Składowa oceny końcowej</td></tr><tr><td>Projekt</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>Kolokwium (test)</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Projekt	51.0%	50.0%	Kolokwium (test)	51.0%	50.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej								
Projekt	51.0%	50.0%								
Kolokwium (test)	51.0%	50.0%								

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Ph. Kotler, M. Kotler, Przez marketing do wzrostu. 8 zwycięskich strategii, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2013. 2. Ph. Kotler, K.L. Keller, Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2012. 3. Ph. Kotler, K. Hermawan, S. Iwan, Marketing 5.0. Technologie Next Tech, MT Business, 2021.
	Uzupełniająca lista lektur	1. Marketing. Koncepcja skutecznych działań, pod red. L. Garbarskiego, PWE, Warszawa 2011. 2. Marketing. Kluczowe pojęcia i praktyczne zastosowania, pod red. L. Garbarskiego, PWE, Warszawa 2011. 3. Wykorzystanie wyników badań marketingowych preferencji i zachowań transportowych na rynku transportu miejskiego - przykład aglomeracji gdańskiej Grzelec Krzysztof, Marketing i Rynek, 2024, vol. 31, nr 5
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Projekt strategii marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.