

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Instrumenty marketingowe w działalności TSL, PG_00169991                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Ekonomia (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2027/2028                                                                          |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć fakultatywnych |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                         |                       |       |
| Rok studiów                              | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski<br>-                                                                        |                       |       |
| Semestr studiów                          | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 3.0                                                                                |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                         |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| 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 rozszerzenie wiedzy studentów w zakresie specyfiki marketingu w działalności logistycznej, w tym transportowej i spedycyjnej. W ramach przedmiotu przedstawiona zostaną specyfika sfery reguł, badań i działań marketingowych w logistyce i mówione zostaną w kontekście teorii ekonomii i marketingu oraz na przykładach z praktyki gospodarczej zasady kształtowania instrumentów marketingowych w ramach miksu marketingowego 7P. |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Effekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                    | Effekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                    |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [EKONL3_U02] potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz analizować te zjawiska za pomocą metod stworzonych w ekonomii, finansach i naukach o zarządzaniu                     | Student łączy teorię i przykłady z praktyki gospodarczej do projektowania i planowania działalności marketingowych w obszarze logistyki.                                                                                                                                                                                                     | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport                                             |
|                               | [EKONL3_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie                                                                                                                                   | Student korzysta z najnowszych osiągnięć technicznych, technologicznych i naukowych w tym AI, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju.                                                                                                                                                                                                 | [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport                                             |
|                               | [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                                                               | Student korzysta z najnowszych osiągnięć technicznych, technologicznych i naukowych w tym AI, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju.                                                                                                                                                                                                 | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport                                             |
|                               | [EKONL3_W08] ma wiedzę o procesach zmian elementów, przedsiębiorstw oraz całych struktur organizacji gospodarczych, a także o procesach zmian instytucji społecznych, wie jakie są ich przyczyny, przebieg, skala, konsekwencje i jaki jest na nie wpływ interesariuszy zewnętrznych | Student uwzględnia rolę marketingu w logistyce w przebiegu procesów społeczno-gospodarczych i potrafi przewidywać konsekwencje tych działań dla poszczególnych grup interesariuszy.                                                                                                                                                          | [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna |
|                               | [EKONL3_W11] zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu                                                                                                                     | Student potrafi kreatywnie planować, organizować i realizować działalność marketingową w przedsiębiorstwach logistycznych, w tym transportowych i spedycyjnych z uwzględnieniem specyfiki wynikającej z cech tej działalności i wykorzystuje najnowsze techniki, w tym także AI, przy zachowaniu krytycznej oceny możliwości tego narzędzia. | [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport                                             |
|                               | [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                                 | Student potrafi kreatywnie planować, organizować i realizować działalność marketingową w przedsiębiorstwach logistycznych, w tym transportowych i spedycyjnych z uwzględnieniem specyfiki wynikającej z cech tej działalności i wykorzystuje najnowsze techniki, w tym także AI, przy zachowaniu krytycznej oceny możliwości tego narzędzia. | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja                                               |
|                               | [EKONL3_W02] ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach istniejących podmiotów i organizacji gospodarczych oraz instytucji publicznych                                                                                                                                               | Student potrafi planować, organizować i realizować działalność marketingową w przedsiębiorstwach logistycznych, w tym transportowych i spedycyjnych z uwzględnieniem specyfiki wynikającej z cech tej działalności.                                                                                                                          | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny<br>[SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna   |
|                               | [EKONL3_U06] wykorzystuje posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania do rozstrzygania dylematów gospodarczych i społecznych pojawiających się w pracy zawodowej                                                                                                     | Student potrafi efektywnie rozwiązywać problemy i zadania w zakresie marketingu w przedsiębiorstwach logistycznych.                                                                                                                                                                                                                          | [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna<br>[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny   |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Treści przedmiotu                                             | <div>1. Specyfika logistyki.*</div> <div>2. Specyfika marketingu w logistyce,</div> <div>3. Obsługa klienta jako wyzwanie dla logistyki.</div> <div>4. Badania marketingowe w logistyce.</div> <div>5. Segmentacja usług w przedsiębiorstwach logistycznych.</div> <div>6. Usługa logistyczna</div> <div>7. Cena</div> <div>8. Specyfika dystrybucji jako instrumentu marketingowego</div> <div>9. Promocja usług logistycznych</div> <div>10. Świadcstwo materialne w logistyce</div> <div>11. Proces jako element strategii marketingowej w logistyce</div> <div>12. Zarządzanie personelem w przedsiębiorstwach logistycznych</div> <div>*W rozumieniu TSL</div> <div>Uzupełnianie wiedzy, wyjaśnianie wątpliwości oraz omawianie zagadnień związanych z przedmiotem odbywa się również podczas konsultacji.</div> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                 | Znajomość wiedzy w mikro i makro ekonomii, ekonomiki transportu i marketingu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | <div>Sposób oceniania (składowe)</div> <div>Aktywność w dyskusji</div> <div>Test</div> <div>Praca pisemna</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <div>Próg zaliczeniowy</div> <div>51.0%</div> <div>51.0%</div> <div>51.0%</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <div>Składowa oceny końcowej</div> <div>20.0%</div> <div>40.0%</div> <div>40.0%</div> |
| Zalecana lista lektur                                         | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <div>1.G. Rosa, M. Jedliński, U. Chraćol-Barczyk: Marketing usług logistycznych. CH Beck 2017, Warszawa.</div> <div>2.M. Christopher, H. Peck: Logistyka marketingowa. PWE Warszawa 2005.</div> <div>3.T. Wojciechowski: Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem. Difin. Warszawa 2007.</div> <div>4.R. Matwiejczuk. Zarządzanie marketingowo-logistyczne. Wartość i efektywność. CH Beck. Warszawa, 2006.</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |
|                                                               | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <div>1. Red. O. Wyszomirski, Transport miejski. Ekonomika i Organizacja. WUG, Gdańsk 2008.</div> <div>2. K. Grzelec, Funkcjonowanie komunikacji miejskiej w warunkach konkurencji regulowanej. WUG, Gdańsk 2012.</div> <div>3. K. Grzelec, K. Heble, O Wyszomirski, Zarządzanie transportem miejskim w warunkach zrównoważonej mobilności. WUG, Gdańsk 2021</div> <div>4.Ph. Kotler, I. Setiawian, K. Harmawian Marketing 6.0 elementy składowe metamarketingu technologie i platformy, z których na co dzień korzystają pokolenia Z i Alfa sposoby na wykorzystanie metaświatów i rzeczywistości rozszerzonej najczęstsze przeszkody i pułapki napotymane przez marketerów próbujących swych sił w interaktywnym i immersyjnym środowisku tradycyjne i cyfrowe techniki marketingu pozwalające na pełne wykorzystanie niesłabnącej konsumenckiej potrzeby utrzymywania interakcji międzyludzkich.</div> <div>5. Marketing i Rynek - czasopismo PWE.</div> |                                                                                       |
|                                                               | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania | <p>1. Oceń działalność marketingową firmy In Post w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi (marketingu personalnego).</p> <p>2. Wymień specyficzne cechy kształtowania ceny w usługach transportu miejskiego.</p> <p>3. W czym przejawia się związek pomiędzy średnim okresem bycie klientem firmy, a wskaźnikiem utrzymania klientów.</p> |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.