

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                |                                                           |           |                        |                                                      |                       |       |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------|------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Zachowania konsumentów i marketing relacyjny (Ćw. audytoryjne), PG_00172388                                                                    |                                                           |           |                        |                                                      |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Międzynarodowe stosunki gospodarcze (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 |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                    | Sposób realizacji                                         |           |                        | na uczelni                                           |                       |       |
| Rok studiów                              | 3                                                                                                                                              | Język wykładowy                                           |           |                        | polski                                               |                       |       |
| Semestr studiów                          | 5                                                                                                                                              | Liczba punktów ECTS                                       |           |                        | 2.0                                                  |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                               | Forma zaliczenia                                          |           |                        | zaliczenie                                           |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Makroekonomii                                                                                         |                                                           |           |                        |                                                      |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                    | mgr Lilia Neumann                                         |           |                        |                                                      |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                |                                                           |           |                        |                                                      |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                    | Wykład                                                    | Ćwiczenia | Laboratorium           | Projekt                                              | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                            | 0.0                                                       | 15.0      | 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                                                        |           | 5.0                    |                                                      | 30.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem kształcenia jest wyposażenie studenta w wiedzę, umiejętności i kompetencje z zakresu zachowań konsumenckich oraz marketingu relacyjnego. |                                                           |           |                        |                                                      |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                           | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                              |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [MSG3_K01] jest gotów do uznawania znaczenie wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów.                                       | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny |
|                               | [MSG3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Student dysponuje poszerzoną wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa, w tym na rynku międzynarodowym.                                                           | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny<br>[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport |
|                               | [MSG3_W01] ma zaawansowaną wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych, w szczególności ekonomii i jej miejsca w systemie nauk, w tym w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Student po kursie swobodnie posługuje się aparatem pojęciowym z zakresu zachowań konsumenckich oraz marketingu relacyjnego; potrafi zidentyfikować różnice pomiędzy marketingiem transakcyjnym i relacyjnym. | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny<br>[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport |
|                               | [MSG3_W07] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, w tym zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, jak i międzynarodowym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Student zna mechanizmy zakupowe oraz związki przyczynowo-skutkowe występujące w relacjach firma-klient                                                                                                       | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny<br>[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport |
|                               | [MSG3_W09] ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach lub prowadzącej indywidualną działalność gospodarczą                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Student ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne.                                                                                                                               | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny<br>[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport |
|                               | [MSG3_U03] potrafi identyfikować i analizować powiązania występujące między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi, wchodzącymi w skład otoczenia krajowego i międzynarodowego, korzystając z posiadanej wiedzy teoretycznej potrafi krytycznie oceniać te powiązania i proponować kierunki dalszego ich rozwoju lub zmian                                                                                                                                                                                                                                   | Student potrafi zaprojektować scenariusz i kwestionariusz do badań marketingowych.                                                                                                                           | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny |
|                               | [MSG3_U12] potrafi przygotować pracę pisemną w języku polskim i języku obcym, dotyczące szczegółowych zagadnień z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze), z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii, ujęć teoretycznych i metodologicznych, zasad gromadzenia danych z różnych źródeł, ich opisu i interpretacji, zasad formułowania tez badawczych, wnioskowania na bazie literatury naukowej i danych faktograficznych oraz dokonywania porównań międzynarodowych | Student potrafi przygotować raport z badań marketingowych.                                                                                                                                                   | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny |
|                               | [MSG3_U01] potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne, analizować ich przyczyny, przebieg oraz powiązania między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z ekonomii, finansów i międzynarodowych stosunków gospodarczych                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Student potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne.                                                                                                                       | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny |

|                                                                                                                                                   | <table><tr><th>Efekt kierunkowy</th><th>Efekt z przedmiotu</th><th>Sposób weryfikacji i oceny efektu</th></tr><tr><td>[MSG13_K02] krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie</td><td>Student krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie.</td><td>[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br/>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br/>[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny</td></tr></table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Efekt z przedmiotu      | Sposób weryfikacji i oceny efektu | [MSG13_K02] krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie | Student krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie. | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efekt kierunkowy                                                                                                                                  | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
| [MSG13_K02] krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie | Student krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
| Treści przedmiotu                                                                                                                                 | <b>1.Marketing transakcyjny a marketing relacyjny.</b> Podejście transakcyjne do obsługi klienta, Podejście relacyjne do obsługi klienta, Kompozycja marketingowa w marketingu transakcyjnym i relacyjnym.<br><b>2.Badania zachowań konsumenckich.</b> MIS firmy a wymogi informacyjne marketingu relacyjnego. Segmentacja klientów. Model optymalnej użyteczności usług. QSL Index: jakość - satysfakcja - lojalność. Pomiar stopnia lojalności na przykładzie wskaźnika NetPromoter Score.<br><b>3.Zachowania konsumenckie.</b> Specyfika potrzeb oraz zachowań rynkowych klientów indywidualnych. Cykl życia klienta. Segmentacja klientów indywidualnych. Modele obsługi klientów indywidualnych.<br><b>4.Polityka produktowa służąca do ustanowienia i wzmacniania relacji.</b> Produkt relacyjny. Cross-selling i up-selling. Rola marki w polityce produktowej. Dostosowanie oferty produktów i usług do potrzeb klientów. Polityka produktowa.<br><b>5.Polityka cenowa jako istotny element marketingu relacyjnego.</b> Cena relacyjna. Strategie cenowe. Wpływ polityki cenowej na zachowania zakupowe i lojalność klientów. Modele różnicowania cen.<br><b>6.Modele dystrybucji w marketingu relacyjnym.</b> Modele dystrybucji. Dystrybucja służąca wzmacnianiu relacji. Kanały dystrybucji preferowane przez klientów. Polityka dystrybucji na różnych rynkach.<br><b>7.System komunikacji w marketingu relacyjnym.</b> Komunikacja w marketingu relacyjnym. Kanały komunikacji preferowane przez klientów. Kampanie reklamowe. Analiza wybranych materiałów promocyjnych z punktu widzenia marketingu relacyjnego. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                                                                                                     | Brak                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
| Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się                                                                                       | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Składowa oceny końcowej |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                   | sprawdzian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 80.0%                   |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                   | projekt grupowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 20.0%                   |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
| Zalecana lista lektur                                                                                                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | (1) G. Antonides, W.F. van Raaijn: Zachowanie konsumenta. Podręcznik europejski. PWN, Warszawa 2003.<br>(2) J. Otto: Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie. Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2001.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | (1) M. Szczepaniec: Marketing relacyjny jako element strategii banków komercyjnych. UG, Gdańsk 2004.<br><br>(2) T. Czuba, M. Szczepaniec, T. Jurkiewicz <i>Kapitał relacyjny a wyniki ekonomiczne małych i średnich firm w Polsce</i> , Prace i Materiały Instytutu Handlu Zagranicznego, Gdańsk 2012.<br>(3) S. Dybka, Trendy w zachowaniach konsumentów jako czynnik determinujący rozwój przedsiębiorstw, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Nr 338, 2017.<br>(4) T. Zalega, Nowe trendy konsumenckie jako przejaw innowacyjnych zachowań współczesnych konsumentów, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, nr 46, 2/2016.<br>(5) G. Sobczyk, Zachowania konsumentów wobec nowych trendów konsumpcji - wyniki badań, Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Lublin, Vol. LII, 1 Sectio H, 2018. |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                   | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Adresy na platformie eNauczanie:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                   | Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                                                                                                             | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.