Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Marketing usług , PG_00199268		
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS	2.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Strategii Marketingowych		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Marcin Krzaczek	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	15.0	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	0.0	20.0	50

Cel przedmiotu	Zapoznanie z istotą i specyfiką działalności usługowej; Przedstawienie cech usług i związanej z nimi specyfiki działań marketingowych; Przedstawienie kryteriów klasyfikacji usług; Stworzenie przez uczestników nowej oferty usługowej, przewidującej potrzeby potencjalnych klientów oraz zaprojektowanie metod promowania jej.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGL3_K04] wykazuje gotowość do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia występujące w branży usługowej oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_U09] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)	potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych, a także zaprojektować w nim usługę w ujęciu strategicznym, konsultując jej założenia i postępy z prowadzącym zajęcia podczas konsultacji oraz bloków projektowych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_W11] ma wiedzę na temat reguł oraz norm (prawnych, organizacyjnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje ekonomiczne (w szczególności te na rynku międzynarodowym)	ma zaawansowaną wiedzę na temat reguł oraz norm (prawnych, organizacyjnych, etycznych) organizujących branżę usługową (w szczególności te na rynku międzynarodowym)	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_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	ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach z branży usługowej lub prowadzącej indywidualną działalność usługową	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
Treści przedmiotu	Istota i specyfika działalności usługowej. Cechy usług. Segmentacja i klasyfikacja usług. Rozwój i znaczenie sektora usługowego. Marketing mix w usługach i jego specyfika. Strategie i kanały dystrybucji w usługach. Strategie cenowe usług. Reklama i promocja usług. PR i sponsoring w usługach. Obsługa klienta w usługach.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu - definicje pojęć, elementy marketingu mix. Komunikatywna znajomość języka angielskiego, w tym pojęć business english.		

<table>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="2"><table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>projekt</td><td>51.0%</td><td>30.0%</td></tr>
<tr><td>praca na zajęciach</td><td>51.0%</td><td>30.0%</td></tr>
<tr><td>test</td><td>51.0%</td><td>40.0%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>A. Czubała, A. Jones, T. Smolen, J. W. Wiktor, Marketing usług, Wolters Kluwer, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2012.

J. Dyczkowska, A. Oczachowska, D. Oczachowski, Marketing usług: podstawy teoretyczne i praktyka, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2016.

J. Mazur, Zarządzanie marketingiem usług, Difin, Warszawa 2002.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>K. A. Kłosinski, Światowy rynek usług w początkach XXI wieku, PWE, Warszawa 2011.

A. Sernovitz, Marketing szeptany, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.

M. Krzaczek, Sztuka gry na ludzkiej próżności, Gazeta Bankowa, 2010, nr 4, s. 55-59.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2">Zaproponowanie odpowiednich kanałów dystrybucji dla firmy z wybranej branży usługowej.

Zaprojektowanie sposobów na przedłużenie cyklu życia przykładowych usług - projekty są omawiane podczas dyskusji z innymi uczestnikami zajęć i konsultacji z prowadzącym zajęcia oraz podczas bloków projektowych.</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.