

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie marketingowo-logistyczne, PG_00199707						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	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	3	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Tomasz Nowosielski					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60	0.0		40.0		100
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do uczestnictwa w obsłudze transportowej ładunków handlu morskiego. W zajęciach uczestniczą przedstawiciele praktyki gospodarczej, przedsiębiorstw: armatorskiego, spedycyjnego, operatora portowego terminalu kontenerowego i spółki opracowującej koncepcję port community system.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[MSGMU2_W03] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym i międzynarodowym i globalnym		Student zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej. Student korzysta z możliwości konsultowania się w zakresie zagadnień dotyczących przedmiotu.		[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW5] realizacja zadania problemowego		
Treści przedmiotu	1. Zarządzanie marketingowo-logistyczne jako koncepcja orientacji zasobowo-rynkowej przedsiębiorstw - wprowadzenie 2. Istota i główne cechy zarządzania marketingowo-logistycznego 3. Model zarządzania marketingowo-logistycznego i koncepcja łańcucha wartości 4. Charakterystyka etapów zarządzania marketingowo-logistycznego 5. Zarządzanie przepływem zasobów produkcyjnych - zaopatrzenie w koncepcji marketingowo-logistycznej przedsiębiorstwa 6. Realizacja koncepcji wartości dodanej klienta w zarządzaniu marketingowo-logistycznym produkcją w przedsiębiorstwie 7. Dystrybucja jako cel zarządzania marketingowo-logistycznego i warunki utrzymania związków z klientami 8. Strategie marketingowo-logistyczne - uwarunkowania i koncepcje rozwoju rynkowego przedsiębiorstw 9. Kontrola przebiegu procesów w przedsiębiorstwie jako element zarządzania marketingowo-logistycznego 10. Rozwój koncepcji zarządzania marketingowo-logistycznego						

Wymagania wstępne i dodatkowe	Wymagana wiedza podstawowa obejmuje podstawy zarządzania organizacjami, marketing i logistyki.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	egzamin i aktywność	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Blaik P., Logistyczna. Koncepcja zintegrowanego zarządzania, PWN, Warszawa 2017 2. Wojciechowski T., Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem, Difin, Warszawa 2011 3. Harrison A., van Hoek R., Zarządzanie logistyką, PWE, Warszawa 2009 4. Matwiejczuk R., Zarządzanie marketingowo-logistyczne. Wartość i efektywność, Wydawnictwo CH Beck, Warszawa 2006 5. Christopher M., Peck H., Logistyka marketingowa, PWE, Warszawa 2005	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Nowosielski T., Budowanie konkurencyjności usług logistycznych w obsłudze ładunków skonteneryzowanych, [w:] Transport morski w międzynarodowych procesach logistycznych, pod red. H. Salmonowicza, Wydawnictwo Zapol, Szczecin 2012 2. Mytlewski A., Nowosielski T., Schomburg J., Logistyczne uwarunkowania produkcji energii cieplnej z wykorzystaniem surowców odnawialnych. Case study przedsiębiorstw PERIG i EKOLOG, Gdańsk 2010 3. Nowosielski T., Infrastrukturalne uwarunkowania rozwoju logistyki morskiej, [w:] Funkcjonowanie systemów logistycznych, Prace Naukowe Wyższej szkoły Bankowej, 2/2009	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Funkcjonowanie systemu logistyki i jego wpływ na sprawność przedsiębiorstwa.</p> <p>Rola systemu marketingu w kreowaniu wartości dodanej produktu.</p> <p>Kreowanie łańcucha wartości w przedsiębiorstwie.</p> <p>Innowacyjność w przedsiębiorstwach jako czynnik usprawniania sfery marketingowo-logistycznej.</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.