Uniwersytet Gdański

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 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_U04] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	Student posiada umiejętności związane z rozwiązywaniem problemów funkcjonowania przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych. Student wykorzystuje wiedzę związaną z funkcjonowaniem międzynarodowych rynków z uwzględnieniem wspólnego rynku Unii Europejskiej. Student korzysta z możliwości konsultowania się w zakresie zagadnień dotyczących przedmiotu i realizacji projektów.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[MSGMU2_W09] dysponuje wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w jego strukturach mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym	Student posiada wiedzę dotyczącą funkcjonowania przedsiębiorstwa i jego związków z otoczeniem bliższym i dalszym. Student rozumie mechanizm podejmowania decyzji marketingowych i logistycznych oraz potrafi przewidzieć ich skutki. Student korzysta z możliwości konsultowania się w zakresie zagadnień dotyczących przedmiotu i realizacji projektu.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[MSGMU2_W03] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym, 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 i realizacji projektów.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[MSGMU2_W11] ma podbudowaną teoretycznie wiedzę na temat kluczowych zagadnień z zakresu zarządzania podmiotem gospodarczym na rynku krajowym i międzynarodowym oraz wybranych szczegółowych zagadnień dotyczących międzynarodowego łańcucha dostaw	Student ma wiedzę związaną z mechanizmami i zasadami zarządzania przedsiębiorstwami w sferze marketingu oraz logistyki. Student posiada wiedzę o zasadach funkcjonowania międzynarodowych łańcuchów dostaw. Student korzysta z możliwości konsultowania się w zakresie zagadnień dotyczących przedmiotu i realizacji projektów.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport

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 osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
projekt i aktywność	51.0%	40.0%
egzamin i aktywność	51.0%	60.0%

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	Funkcjonowanie systemu logistyki i jego wpływ na sprawność przedsiębiorstwa. Rola systemu marketingu w kreowaniu wartości dodanej produktu. Kreowanie łańcucha wartości w przedsiębiorstwie. Innowacyjność w przedsiębiorstwach jako czynnik usprawniania sfery marketingowo-logistycznej.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.