

## **KARTA PRZEDMIOTU**

### **I. Informacje ogólne**

- 1) **Nazwa przedmiotu:**  
**ELEMENTY MARKETINGU**
- 2) **Forma studiów:**  
**STUDIA STACJONARNE**
- 3) **Kod przedmiotu:**  
*kier. – forma – tryb – nazwa przedmiotu – rodzaj zajęć – semestr/semestry*  
**WZ-S-L-EM-W-6**
- 4) **Wydział:**  
**WYDZIAŁ ARCHITEKTURY I WZORNICTWA**
- 5) **Kierunek:**  
**WZORNICTWO**
- 6) **Profil:**  
**OGÓLNOAKADEMICKI**
- 7) **Rodzaj studiów:**  
**PIERWSZEGO STOPNIA Z TYTUŁEM LICENCJATA**
- 8) **Nazwa jednostki uczelnianej realizującej przedmiot:**  
**WYDZIAŁ ARCHITEKTURY I WZORNICTWA**

### **II. Informacje o przedmiocie**

- 1) **Semestr/y:**  
**6**
- 2) **Liczba punktów ECTS:**  
**2**
- 3) **Poziom przedmiotu:**  
**PODSTAWOWY**
- 4) **Typ przedmiotu:**  
**OBOWIĄZKOWY**
- 5) **Język wykładowy:**  
**POLSKI**

### **III. Forma zajęć**

- 1) **Forma zajęć:**  
**WYKŁAD**
- 2) **Liczba godzin w semestrze:**  
**30**
- 3) **Liczba godzin w tygodniu:**  
**2**

#### IV. Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu przedsiębiorczości

#### V. Cele, treści merytoryczne, metody dydaktyczne, efekty uczenia się i ich weryfikacja

##### 1) Cel przedmiotu:

| KOD CELU PRZEDMIOTOWEGO | TREŚĆ                                                                                                                 | KOD SPEŁNIANEGO EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>C01</b>              | Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat roli, funkcji i zadań marketingu                                    | <b>EP_W01</b>                         |
| <b>C02</b>              | Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat instrumentów marketingu                                             | <b>EP_W01</b>                         |
| <b>C03</b>              | Celem przedmiotu jest wykształcenie umiejętności stosowania wybranych narzędzi marketingu w działalności gospodarczej | <b>EP_W01</b>                         |

##### 2) Treści merytoryczne przedmiotu:

| L.p. | Treści merytoryczne                                                                                         | Liczba godzin |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1.   | Istota marketingu                                                                                           | 2             |
| 2.   | Konsument jako docelowy podmiot działań marketingowych                                                      | 4             |
| 3.   | Produkt i jego atrybuty rynkowe (produkt fizyczny, marka, opakowanie)                                       | 6             |
| 4.   | Kształtowanie polityki cenowej w przedsiębiorstwie                                                          | 2             |
| 5.   | Kształtowanie polityki dystrybucyjnej w przedsiębiorstwie                                                   | 2             |
| 6.   | Kształtowanie działań promocyjnych w przedsiębiorstwie (reklama, promocja sprzedaży, promocja w Internecie) | 6             |
| 7.   | Nowoczesne działania marketingowe na rynku dóbr konsumpcyjnych                                              | 4             |
| 8.   | Nowe trendy w zachowaniach pokoleń X, Y, Z                                                                  | 2             |
| 9.   | Podsumowanie                                                                                                | 2             |

##### 3) Metody dydaktyczne:

Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Metoda projektów

##### 4) Kierunkowe efekty uczenia się:

| KOD EFEKTU KIERUNKOWEGO | OPIS EFEKTU KIERUNKOWEGO                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>K_W14</b>            | Zna i rozumie zagadnienia dotyczące ekologicznych, społecznych, ekonomicznych, marketingowych i prawnych aspektów, związanych z wykonywaniem zawodu projektanta, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego. |

##### 5) Przedmiotowe efekty uczenia się i metody ich weryfikacji:

|                                 |
|---------------------------------|
| <b>WIEDZA</b><br>zna i rozumie: |
|---------------------------------|

| OPIS EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO                                                                  | KOD EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO | ODNIESIENIE DO KIERUNKOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ | METODY WERYFIKACJI                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Zna i rozumie podstawowe pojęcia i instrumenty marketingu                                   | EP_W01                    | K_W14                                          | Udział w dyskusji, wykonywanie ćwiczeń |
| Rozumie rolę i zadania marketingu w przedsiębiorstwie                                       | EP_W01                    | K_W14                                          | Udział w dyskusji, wykonywanie ćwiczeń |
| Rozpoznaje i klasyfikuje podstawowe instrumenty marketingu stosowane przed podmioty rynkowe | EP_W01                    | K_W14                                          | Udział w dyskusji, wykonywanie ćwiczeń |

| UMIEJĘTNOŚCI<br>potrafi:   |                           |                                                |                    |
|----------------------------|---------------------------|------------------------------------------------|--------------------|
| OPIS EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO | KOD EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO | ODNIESIENIE DO KIERUNKOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ | METODY WERYFIKACJI |
| -                          | -                         | -                                              | -                  |

| KOMPETENCJE SPOŁECZNE<br>jest gotów do: |                           |                                                |                    |
|-----------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------|--------------------|
| OPIS EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO              | KOD EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO | ODNIESIENIE DO KIERUNKOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ | METODY WERYFIKACJI |
| -                                       | -                         | -                                              | -                  |

#### VI. Forma i warunki zaliczenia, kryteria oceny

1) **Forma zaliczenia:**

**ZALICZENIE**

2) **Warunki zaliczenia – jeśli przedmiot jest na zaliczenie:**

*frekwencja (80 % obecności na zajęciach);*

*aktywność (aktywność na zajęciach, realizacja i rozumienie zadań, śródsesestralne i końcowosesestralne przeglądy prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.)*

3) **Warunki zaliczenia z oceną – jeśli przedmiot jest na zaliczenie z oceną:**

**ocena celująca** – obecność studenta na zajęciach oraz wzorowa aktywność (aktywność na zajęciach, rozumienie i realizacja zadań, jakość prac i ćwiczeń prezentowanych podczas śródsesestralnych i końcowosesestralnych przeglądów prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);

**ocena bardzo dobra** – obecność studenta na zajęciach oraz bardzo dobra aktywność (aktywność na zajęciach, realizacja i rozumienie zadań, śródsesestralne i końcowosesestralne przeglądy prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);

**ocena plus dobry** – obecność studenta na zajęciach oraz dobra aktywność (aktywność na zajęciach, rozumienie i realizacja zadań, jakość prac i ćwiczeń prezentowanych podczas śródsesestralnych i końcowosesestralnych przeglądów prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);

**ocena dobry** – obecność studenta na zajęciach, zadowalająca *aktywność (aktywność na zajęciach, rozumienie i realizacja zadań, jakość prac i ćwiczeń prezentowanych podczas śródsesemestralnych i końcowosemestralnych przeglądów prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);*

**ocena plus dostateczna** – obecność studenta na zajęciach i przeciętna *aktywność (aktywność na zajęciach, rozumienie i realizacja zadań, jakość prac i ćwiczeń prezentowanych podczas śródsesemestralnych i końcowosemestralnych przeglądów prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);*

**ocena dostateczna** – obecność studenta na zajęciach i niska *aktywność (aktywność na zajęciach, rozumienie i realizacja zadań, jakość prac i ćwiczeń prezentowanych podczas śródsesemestralnych i końcowosemestralnych przeglądów prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);*

**ocena niedostateczna** – nieobecność studenta na 20 % zajęć lub niedostateczna *aktywność (aktywność na zajęciach, rozumienie i realizacja zadań, jakość prac i ćwiczeń prezentowanych podczas śródsesemestralnych i końcowosemestralnych przeglądów prac, zaliczenie pisemne, egzamin pisemny/ustny itp.);*

4) **Kryteria oceniania** – jeśli przedmiot jest na ocenę:

**ocena celująca** – obecność studenta na zajęciach oraz wzorowe zaliczenie egzaminu końcowego;

**ocena bardzo dobra** – obecność studenta na zajęciach oraz bardzo dobre zaliczenie egzaminu końcowego;

**ocena plus dobry** – obecność studenta na zajęciach oraz dobre rezultaty egzaminu końcowego;

**ocena dobry** – obecność studenta na zajęciach, zadowalające rezultaty egzaminu końcowego;

**ocena plus dostateczna** – obecność studenta na zajęciach i przeciętny poziom zaliczenia egzaminu końcowego;

**ocena dostateczna** – obecność studenta na zajęciach i niski poziom zaliczenia egzaminu końcowego;

**ocena niedostateczna** – nieobecność studenta na 20 % zajęć lub niedostateczny poziom egzaminu końcowego

## VII. Obciążenie pracą, punkty ECTS

| <b>A. Obciążenie pracą</b>                                                                                                                                      | <b>sem. VI</b> | <b>razem</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------|
|                                                                                                                                                                 | <b>h</b>       | <b>h</b>     |
| Godziny kontaktowe (udział w zajęciach)                                                                                                                         | 30             | 30           |
| Samodzielna praca studenta (przygotowanie do: zajęć, kolokwium, egzaminu; studiowanie literatury, przygotowanie pracy artystycznej, projektu, prezentacji itp.) | 10             | 10           |
| <b>Razem</b>                                                                                                                                                    | <b>30</b>      | <b>30</b>    |
| <b>B. Punkty ECTS</b>                                                                                                                                           |                |              |
| Zajęcia z udziałem nauczyciela akademickiego                                                                                                                    | 30             | 30           |
| Zajęcia bez udziału nauczyciela akademickiego                                                                                                                   | 0              | 0            |
| <b>Razem</b>                                                                                                                                                    | <b>2</b>       | <b>2</b>     |

## VIII. Spis zalecanych lektur

1) **Wykaz lektur podstawowych:**

- Ph. Kotler, *Marketing 4.0*, MTBiznes, 2019
- A. Czubała, *Podstawy marketingu*, PWE, Warszawa 2013
- G. Mazurek, *E-marketing*, Poltext, 2018

2) **Wykaz lektur uzupełniających:**

- Ph. Kotler, *Marketing*, Rebis, 2013
- L. Garbarski, *Marketing. Koncepcja skutecznych działań*, PWE, Warszawa, 2014

AUTOR OPRACOWANIA

*Dr hab. Magdalena Ankiel, prof. UEP*