

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
C01	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat roli, funkcji i zadań marketingu	EP_W01
C02	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat instrumentów marketingu	EP_W01
C03	Celem przedmiotu jest wykształcenie umiejętności stosowania wybranych narzędzi marketingu w działalności gospodarczej	EP_W01

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
K_W14	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:

WIEDZA 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 potrafi:			
OPIS EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO	KOD EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ	METODY WERYFIKACJI
-	-	-	-

KOMPETENCJE SPOŁECZNE 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 końcowosestestralne 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 końcowosestestralnych 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 końcowosestestralne 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 końcowosestestralnych 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 śródsesestralnych i końcowosestestralnych 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 śródsesestralnych i końcowosestestralnych 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

A. Obciążenie pracą	sem. VI h	razem h
Godziny kontaktowe (udział w zajęciach)	30	30
Samodzielna praca studenta (przygotowanie do: zajęć, kolokwium, egzaminu; studiowanie literatury, przygotowanie pracy artystycznej, projektu, prezentacji itp.)	20	20
Razem	50	50
B. Punkty ECTS		
Zajęcia z udziałem nauczyciela akademickiego	1	1
Zajęcia bez udziału nauczyciela akademickiego	1	1
Razem	2	2

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