



Akademia Nauk Stosowanych
im. Hipolita Cegielskiego w Gnieźnie Uczelnia Państwowa
SYLABUS

Pozycja przedmiotu w planie:		R.III/S.VI-4
1. OGÓLNY OPIS PRZEDMIOTU		
1	Nazwa modułu	Moduł obieralny kierunkowy
2	Nazwa przedmiotu	Marketing w handlu i usługach
3	Kierunek studiów	KIERUNEK: ZARZĄDZANIE I INŻYNIERIA PRODUKCJI
4	Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
5	Forma studiów	Stacjonarne
6	Profil studiów	praktyczny
7	Rok studiów	trzeci
8	Semestr przedmiotu	6
9	Jednostka prowadząca kierunek studiów	Instytut Nauk Technicznych
10	Liczba punktów ECTS	3
11	Sposób zaliczenia:	Ćwiczenia – zadania projektowe na ocenę Wykład – zaliczenie pisemne w formie testu
12	Imię i nazwisko nauczyciela (li) akademickiego (ich), stopień lub tytuł naukowy, adres e-mail	Justyna Majchrzak-Lepczyk, doktor, e-mail: j.majchrzak-lepczyk@ans-gniezno.edu.pl
13	Imię i nazwisko koordynatora(ów) przedmiotu, stopień lub tytuł naukowy, adres e-mail	Justyna Majchrzak-Lepczyk, doktor, e-mail: j.majchrzak-lepczyk@ans-gniezno.edu.pl
14	Język wykładowy	polski
15	Tryb prowadzenia zajęć	Stacjonarny
16	Sposób prowadzenia zajęć	Synchroniczny
17	Narzędzia informatyczne wykorzystywane do prowadzenia zajęć, udostępniania materiałów i komunikacji ze studentami	Platforma Moodle
15	Przedmioty wprowadzające	Podstawy marketingu, Badania rynkowe i marketingowe
16	Wymagania wstępne	1. Student ma podstawową wiedzę dotyczącą funkcjonowania przedsiębiorstw, zwłaszcza w obszarze działań marketingowych 2. Student jest nastawiony na własny rozwój
17	Cele przedmiotu:	
C1	Przekazanie wiedzy z zakresu ewolucji marketingu i jego wpływu na działalność podmiotów gospodarczych	
C2	Zapoznanie studentów z rodzajami i możliwościami działań marketingowych w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych	
C3	Ułatwienie zrozumienia mechanizmów funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku	
18	Forma zajęć, liczba godzin wymagająca bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego, liczba godzin nakładu pracy studenta	
Forma zajęć		Liczba godzin

1. wykłady	15	
2. ćwiczenia	30	
Suma godzin		45
lp.	Całkowity nakład pracy studenta	
1.	Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego wynosi:	Godzinowe obciążenie studenta
	Udział w wykładach 15 godzin Udział w ćwiczeniach 30 godzin Udział w konsultacjach 5 godzin	50 godzin
	Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego wynosi 50 godzin, co odpowiada 2 punktom ECTS.	
2	<p>Bilans nakładu pracy studenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie do ćwiczeń: 15 godzin, • Przygotowanie do zaliczenia z wykładów: 10 godzin, <p>łącznie nakład pracy studenta wynosi 25 godzin, co odpowiada 1 punktowi ECTS.</p>	25 godzin
3	Łączny nakład pracy studenta (pozycja 2)	75 godzin
4	Punkty ECTS za przedmiot	3 ECTS
5	Liczba punktów ECTS, którą student musi osiągnąć w ramach zajęć o charakterze praktycznym w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych, projektowych	3 ECTS
Efekty uczenia się - wiedza	<p>W1: (K_W11) Student zna i rozumie istotę marketingu. Ma wiedzę z zakresu działań marketingowych stosowanych w firmach handlowych i usługowych.</p> <p>W2: (K_W16) Student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą cech usług i ich implikacji marketingowej. Zna strategie marketingowe stosowane w handlu i usługach.</p>	
Efekty uczenia się - umiejętności	<p>U1: (K_U06) Student potrafi opisać obszary zarządzania marketingiem, wskazując kluczową rolę klienta w każdej organizacji.</p> <p>U2: (K_U21) Student potrafi podejmować decyzje menadżerskie w zakresie działalności marketingowej w oparciu o różnego rodzaju analizy i informacje rynkowe.</p>	
Efekty uczenia się – kompetencje społeczne	<p>K1: (K_K04) Student potrafi podnosić swoje kwalifikacje i kompetencje rozumie konieczność permanentnego dokształcania się. Zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.</p> <p>K2: (K_K05) Student jest odpowiedzialny za terminową realizację zadań.</p>	

2. TREŚCI PROGRAMOWE ODNIESIONE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

W	Treści programowe	liczba godzin
Forma:		
W	<p style="text-align: center;">Wykład (K_W11, K_W16)</p> <p>Trendy w działalności usługowej i handlowej. Cechy usług i ich implikacje marketingowe. Struktura i funkcje handlu. Plan marketingowy. Koncepcja marketingowa w handlu i usługach. Klient w koncepcji marketingowej. Marketing relacji w przedsiębiorstwach. Strategie marketingowe w handlu i usługach. Zarządzanie marketingiem w handlu detalicznym.</p>	15
ZP	<p style="text-align: center;">Ćwiczenia (K_U06, K_U21, K_K04, K_K05)</p> <p>Analiza aktualnej sytuacji (opis stanu rzeczywistego) danego podmiotu. Przygotowanie planu marketingowego. Opracowanie koncepcji marketingowej dla danego podmiotu. Określenie strategii działania.</p>	30

3. Literatura	
Literatura podstawowa	<p>1. Przyszłość marketingu. Koncepcje, metody, technologie. Teoria i zastosowanie. red. R. Kozielski, Wyd. UŁ, Łódź 2020</p> <p>2. To jest marketing! S. Godin, Wyd. MT Biznes. 2019</p>
Literatura uzupełniająca	<p>1. Jak stworzyć plan marketingowy. Opracuj strategię, przygotuj skuteczny plan i osiągnij wyznaczone cele. J. Westwood. Seria Droga do Sukcesu. Kraków: Wydawnictwo Lingea, 2021</p> <p>2. Marketing 5.0. Technologie Next Tech. I. Setiawan, K. Hermawan i Ph. Kotler. Wyd. MT Biznes. 2021</p>

4. Metody dydaktyczne	
Forma	Metody dydaktyczne
Wykład	Wykład informacyjny (prezentacje multimedialna, filmiki, studia przypadku)
Ćwiczenia	Zadania do wykonania zgodnie z realizowanym obszarem tematycznym na wykładach

5. Metody i kryteria oceniania															
Forma zajęć:	Forma zaliczenia:														
<p>Uzyskane punkty są przeliczane na oceny według następującej skali:</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Procent punktów</td> <td style="width: 50%;">Ocena</td> </tr> <tr> <td>91-100%</td> <td>Bardzo dobry</td> </tr> <tr> <td>85-90%</td> <td>Dobry plus</td> </tr> <tr> <td>76-84%</td> <td>Dobry</td> </tr> <tr> <td>66-75%</td> <td>Dostateczny plus</td> </tr> <tr> <td>51-65%</td> <td>Dostateczny</td> </tr> <tr> <td>0-50%</td> <td>Niedostateczny</td> </tr> </table>		Procent punktów	Ocena	91-100%	Bardzo dobry	85-90%	Dobry plus	76-84%	Dobry	66-75%	Dostateczny plus	51-65%	Dostateczny	0-50%	Niedostateczny
Procent punktów	Ocena														
91-100%	Bardzo dobry														
85-90%	Dobry plus														
76-84%	Dobry														
66-75%	Dostateczny plus														
51-65%	Dostateczny														
0-50%	Niedostateczny														
Opis:															
<p>Forma zaliczenia: ćwiczenia</p> <p>Ocena końcowa na podstawie rozwiązania zadań, realizowanych na ćwiczeniach, aktywność studenta i</p>															

przygotowanie do ćwiczeń. Maksymalna liczba punktów 30.

Forma zaliczenia: wykłady

Zaliczenie pisemne z części teoretycznej. Maksymalna liczba punktów 20.

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen z każdej z form zajęć.

	Zatwierdzenie karty opisu zajęć	
	Stanowisko Tytuł/stopień naukowy, imię nazwisko	Podpis
Opracował	Justyna Majchrzak-Lepczyk	
Zatwierdził	Dyrektor Instytutu.....	