**KONSPEKT PRZEDMIOTU**

Semestr letni, rok akad. 2020/2021

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketing na rynku przedsiębiorstw |
| Kierunek/-i studiów / rok studiów / semestr studiów | Zarządzanie/2/IV |
| Tryb studiów | **Stacjonarny** / niestacjonarny |
| Forma zajęć | Konwersatoria |
| Liczba godzin | 30 |
| Koordynator przedmiotu: | Dr Barbara Antczak |
| Jakie są ogólne cele dydaktyczne tego przedmiotu? | Celem nauczanego przedmiotu jest:  -pogłębienie wiedzy i umiejętności dotyczących dążeniu do realizacji własnych celów z wykorzystaniem metod marketingowych,  - jak najlepiej zaspokoić potrzeby i pragnienia odbiorców,  -poszukiwanie niż rynkowych przez firmy,  -poznanie rodzajów rynku, funkcjonowania na nim małych i średnich przedsiębiorstw;  -zastosowanie narzędzi marketingowych i ich wykorzystanie praktyczne;  -możliwości wykorzystania w szczególności reklamy, jako głównego elementu promocji. |
| Jak są kryteria zaliczenia tego przedmiotu? | Aktywność (20%), obecność (10%), opracowanie samodzielnie materiałów dla utworzonej samodzielnie, nowej firmy(70%). |
| Jakie są kryteria zaliczenia tego przedmiotu na ocenę celującą? | Aktywny udział na wszystkich zajęciach, wiedza wybiegająca poza wymagany konspektem materiał – również praktyczna. |
| Pozostałe informacje, dotyczące tego przedmiotu, ważne dla studenta |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 1**  **(6 godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.Ma wiedzę z zakresu funkcjonowania rynku i jego uczestników.  2.Potrafi dokonać pogłębionej analizy rynku.  3.Potrafi rozróżnić rodzaje rynku i widzi różnice.  …  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.Rodzaje gospodarek.  2.Cechy różnych gospodarek.  3.Rynek, jego podział i uczestnicy.  4.Czynniki wpływające na popyt.  5.Czynniki wpływające na podaż.  6. Elastyczność podaży i popytu w gospodarce rynkowej.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Antczak, B. Antczak, A. (2018) Nowoczesne metody komunikacji w marketingu i public relations. Józefów: WSGE.  -  Rozszerzające / uzupełniające:  - Kotler, P. (2012). Marketing. Poznań: Rebis Dom Wydawniczy.  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 2**  **( 9 godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. Zna definicje marketingu w różnych ujęciach i jego elementy składowe.  2. Potrafi określić znaczenie marketingu – mix, jego różne konfiguracje.  3.Rozumie różnice w konstrukcji marketingu – mix.  4.Zna i rozumie poszczególne elementy składowe marketingu-mix klasycznego i współczesnego.  5.Potrafi sformułować strategie marketingowe i ich znaczenie dla przedsiębiorstwa.  … |
| Treści zajęć | 1.Definicje marketingu w różnych ujęciach.  2.Marketing –mix – różne podejścia.  3.Marketing – mix – rozróżnienie punktów odniesienia.  4. Formuła AIDA i inne.  5.Rodzaje strategii marketingowych.  6. Elementy strategii marketingowych. |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Antczak, B. Antczak, A. (2018) Nowoczesne metody komunikacji w marketingu i public relations. Józefów: WSGE.  -  Rozszerzające / uzupełniające:  - Kotler, P. (2012). Marketing. Poznań: Rebis Dom Wydawniczy. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 3**  **(9 godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.Zna metody i narzędzia marketingowe.  2.Zna systemy komunikacji z uczestnikami rynku.  3.Umie wykorzystać zdobytą wiedzę w konkretnej sytuacji rynkowej.  4. Ma umiejętności praktyczne z zakresu strategii promocji, w tym reklamy. |
| Treści zajęć | 1.Konstrukcja hasła reklamowego.  2.Znaczenie marki.  3.Konstrukcja loga.  4.Materiały reklamowe i ich rodzaje.  5.Jak przygotować kampanię promocyjną?  6.Założenie własnej firmy.  7.Przygotowanie materiałów reklamowych dla własnej firmy. |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Minimalne / obowiązkowe:  - Antczak, B. Antczak, A. (2014). Jak stworzyć pozytywny wizerunek, zyskać przychylność i spełnić oczekiwania klienta? Podstawy marketingu i public relations. Józefów: WSGE  -  Rozszerzające / uzupełniające:  - Kotler, P. (2012). Marketing. Poznań: Rebis Dom Wydawniczy.  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 4**  **( 6…. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.Wie jak poszukiwać niż rynkowych.  2.Potrafi odnaleźć się na rynku małych i średnich przedsiębiorstw.  3.Potrafi przygotować strategię promocyjną dla swojej firmy.  4.Rozumie znaczenie reklamy jako głównego narzędzia wykorzystywanego w kampanii promocyjnej. |
| Treści zajęć | 1.Szukanie niż rynkowych – metody.  2.Opracowanie strategii funkcjonowania firmy na rynku.  3.Opracowanie narzędzi marketingowych dla swojej firmy.  4.Materiały reklamowe.  5.Utrzymanie pozycji na rynku.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Antczak, B. Antczak, A. (2018) Nowoczesne metody komunikacji w marketingu i public relations. Józefów: WSGE.  -  Rozszerzające / uzupełniające:  - Kotler, P. (2012). Marketing. Poznań: Rebis Dom Wydawniczy. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 5**  **( …. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 6**  **( …. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 7**  **( …. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 8**  **( …. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 9**  **( …. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 10**  **( …. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1.  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |