**KONSPEKT PRZEDMIOTU**

Semestr letni, rok akad. 2020/2021

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketing w handlu i usługach |
| Kierunek/-i studiów / rok studiów / semestr studiów | Zarządzanie/3/VI |
| Tryb studiów | Stacjonarny / **niestacjonarny** |
| Forma zajęć | Ćwiczenia |
| Liczba godzin | 16 |
| Koordynator przedmiotu: | Dr Barbara Antczak |
| Jakie są ogólne cele dydaktyczne tego przedmiotu? | Celem nauczania przedmiotu jest zapoznanie z:   * Podstawowymi pojęciami dotyczącymi rynku oraz jego uczestników. * Pojęciem marketingu i jego elementami składowymi, w tym marketingiem-mix – różne ujęcia. * Cechy usług i ich rola na rynku. * Rolą marketingu w gospodarce rynkowej, szczególnie na rynku usług.   • Misją i celami przedsiębiorstwa, rola promocji, jako istotnego elementu marketingu- mix na rynku handlu i usług. |
| Jak są kryteria zaliczenia tego przedmiotu? | Aktywność na zajęciach 30%.  Projekt 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**  **( 8. 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. Ma wiedzę z zakresu marketingu, stosowanych metod i narzędzi oraz systemu komunikacji z uczestnikami rynku.  3. Potrafi zastosować odpowiednie mierniki statystyczne w praktyce, przeanalizować je i wyciągnąć wnioski.  4. Potrafi ocenić swoją pracę oraz pracę innych, wyciągnąć wnioski, zmodyfikować swoją postawę.  … |
| Treści zajęć | 1. Strategia promocji: rodzaje, formuła AIDA i DAGMAR na rynku usług i handlu.  2. Konstrukcja loga.  3. Znaczenie marki.  4. Badanie rynku usług i handlu. |
| 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**  **( 8 godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. Ma wiedzę z zakresu marketingu, stosowanych metod i narzędzi oraz systemu komunikacji z uczestnikami rynku.  2. Potrafi zastosować odpowiednie mierniki statystyczne w praktyce, przeanalizować ja i wyciągnąć wnioski.  3. Potrafi wyniki zaprezentować graficznie, tabelarycznie i opisowo z nawiązaniu do aktualnej rzeczywistości gospodarczej  4. Potrafi dokonać pogłębionej analizy rynku, szczególnie rynku handlu i usług.  5. Potrafi ocenić swoją pracę oraz pracę innych, wyciągnąć wnioski, zmodyfikować swoją postawę.  … |
| Treści zajęć | 1. Założenie własnej firmy usługowej lub handlowej.  2. Konstrukcja loga dla firmy.  3. Wprowadzenie i utrwalanie usługi na rynku.  4. Przygotowanie narzędzi promocyjnych dla firmy usługowej lub handlowej.  5. Prezentacja narzędzi marketingowych dla założonej firmy handlowej lub usługowej.  6. Koncepcja kampanii promocyjnej własnej firmy.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | - 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**  **( …. 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 4**  **( …. 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 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:  -  - |