



OPIS PRZEDMIOTU

KIERUNEK	Zarządzanie
SPECJALNOŚĆ	Handel i usługi
TRYB STUDIÓW	Stacjonarny / niestacjonarny
SEMESTR	5

Nazwa przedmiotu	Marketing w handlu i usługach
Wymiar godzinowy poszczególnych form zajęć	Studia stacjonarne – 30 Studia niestacjonarne – 18
• wykłady	Studia stacjonarne – 10 Studia niestacjonarne – 8
• inne formy	Studia stacjonarne – 20 Studia niestacjonarne – 10

Cele kształcenia:	<ul style="list-style-type: none">– ukazanie marketingu jako jednego z głównych czynników przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa– przedstawienie głównych narzędzi wykorzystania marketingu w zarządzaniu przedsiębiorstwem– identyfikacja i ocena głównych technik merchandisingu na zachowania nabywców
--------------------------	---

Efekty kształcenia dla przedmiotu	
--	--

Numer	Efekty kształcenia, student/ka, który/a zaliczył/a przedmiot, potrafi:	Odniesienie efektów kształcenia dla programu	Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru
EK_W01	posiada podstawową wiedzę o relacjach społecznych zachodzących w organizacji oraz relacjach występujących między organizacją a interesariuszami	K_W04	P6S_WG
EK_W02	ma podstawową wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie stosunków gospodarczych i zasady określające jego rolę w funkcjonowaniu organizacji gospodarczych, identyfikuje czynniki wewnętrzne i zewnętrzne warunkujące zachowanie człowieka w organizacji	K_W05	P6S_WG
EK_U03	zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla zarządzania w tym prawa o swobodzie działalności gospodarczej, prawa handlowego, prawa cywilnego, prawa podatkowego, prawa pracy	K_W11	P6S_WG
EK_U04	potrafi sprawnie posługiwać się dostępnymi źródłami informacji oraz posiada umiejętność przygotowania typowych analiz decyzyjnych dotyczących funkcjonowania przedsiębiorstwa	K_U07 K_U08	P6S_UW
EK_K05	umie uczestniczyć w pracach grupy przygotowującej projekty społeczne, uwzględniające aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne	K_K05	P6S_KO

Numer treści	Treści kształcenia / programowe	Odniesienie do efektów
---------------------	--	-------------------------------

		kształcenia dla przedmiotu
	Wykłady	
T_01	Charakterystyka sektora handlu w Polsce	EK_W01
T_02	Merchandising – marketing w przedsiębiorstwie handlowym	EK_W02
T_03	Podstawowe techniki merchandisingu	EK_W01; EK_W02;
T_04	Technologia handlu – główne elementy	EK_W01 EK_W02
T_05	Strategia marketingowa przedsiębiorstwa handlowego	EK_W01 EK_W02
	Ćwiczenia	
T_06	Ocena procesów zachodzących w handlu w Polsce – analiza i dyskusja	EK_U03 EK_U04 EK_K05
T_07	Identyfikacja głównych działań marketingowych w handlu i usługach	EK_U03 EK_U04 EK_K05
T_08	Analiza technik merchandisingowych stosowanych w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych	EK_U03 EK_U04 EK_K05
T_09	Ocena działań marketingowych i technik merchandisingowych wybranych przedsiębiorstw – prezentacje projektów	EK_U03 EK_U04 EK_K05

Metody i formy prowadzenia zajęć	Treści kształcenia i programowe
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	
Wykład informacyjny	T_01 – T_05
Dyskusja	
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	T_06 – T_09
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Inne (jakie?) - ...	
...	

Kryteria oceny w odniesieniu do poszczególnych	
---	--

efektów kształcenia				
Efekt kształcenia	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
EK_W01	Student nie posiada podstawowej wiedzy o relacjach społecznych zachodzących w organizacji oraz relacjach występujących między organizacją a interesariuszami	Student posiada podstawową wiedzę o relacjach społecznych zachodzących w organizacji oraz relacjach występujących między organizacją a interesariuszami	Student posiada dobrą wiedzę o relacjach społecznych zachodzących w organizacji oraz relacjach występujących między organizacją a interesariuszami	Student posiada bardzo dobrą wiedzę o relacjach społecznych zachodzących w organizacji oraz relacjach występujących między organizacją a interesariuszami
EK_W02	Student nie ma podstawowej wiedzy o człowieku, w szczególności jako podmiocie stosunków gospodarczych i zasady określające jego rolę w funkcjonowaniu organizacji gospodarczych, nie potrafi identyfikować czynników wewnętrznych i zewnętrznych warunkujących zachowanie człowieka w organizacji	Student ma podstawową wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie stosunków gospodarczych i zasady określające jego rolę w funkcjonowaniu organizacji gospodarczych, potrafi identyfikować czynniki wewnętrzne i zewnętrzne warunkujące zachowanie człowieka w organizacji	Student ma dobrą wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie stosunków gospodarczych i zasady określające jego rolę w funkcjonowaniu organizacji gospodarczych, potrafi dobrze identyfikować czynniki wewnętrzne i zewnętrzne warunkujące zachowanie człowieka w organizacji	Student ma bardzo dobrą wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie stosunków gospodarczych i zasady określające jego rolę w funkcjonowaniu organizacji gospodarczych, potrafi bardzo dobrze identyfikować czynniki wewnętrzne i zewnętrzne warunkujące zachowanie człowieka w organizacji
EK_W03	Student nie zna metod i narzędzi rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi i informacjami	Student zna podstawowe metody i narzędzia rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi i informacjami	Student dobrze zna metody i narzędzia rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi i informacjami	Student bardzo dobrze zna metody i narzędzia rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi i informacjami
EK_U04	Student nie potrafi proponować rozwiązania problemów występujących w przedsiębiorstwie jako konsekwencje podejmowanych decyzji gospodarczych	Student potrafi w stopniu podstawowym proponować rozwiązania problemów występujących w przedsiębiorstwie jako konsekwencje podejmowanych decyzji gospodarczych	Student potrafi w stopniu dobrym proponować rozwiązania problemów występujących w przedsiębiorstwie jako konsekwencje podejmowanych decyzji gospodarczych	Student potrafi w stopniu bardzo dobrym proponować rozwiązania problemów występujących w przedsiębiorstwie jako konsekwencje podejmowanych decyzji gospodarczych
EK_U05	Student nie potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, nie jest kreatywny i nie uwzględniający potrzeby rozwoju zrównoważonego w odniesieniu do podmiotów gospodarczych	Student potrafi myśleć i działać w stopniu podstawowym w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywny i uwzględniający potrzebę rozwoju zrównoważonego w odniesieniu do podmiotów gospodarczych	Student potrafi myśleć i działać w stopniu dobrym w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywny i uwzględniający potrzebę rozwoju zrównoważonego w odniesieniu do podmiotów gospodarczych	Student potrafi myśleć i działać w stopniu bardzo dobrym w sposób przedsiębiorczy, jest bardzo kreatywny i uwzględniający potrzebę rozwoju zrównoważonego w odniesieniu do podmiotów gospodarczych

Weryfikacja efektów kształcenia	Symbole EK dla modułu zajęć/przedmiotu				
	W01	W02	W03	U04	K05
Egzamin pisemny					
Egzamin ustny					
Zaliczenie pisemne					
Zaliczenie ustne	X	X	X	X	X
Kolokwium pisemne					
Kolokwium ustne	X	X	X	X	X
Test					
Projekt					
Praca pisemna					
Raport					
Prezentacja multimedialna					

Praca podczas ćwiczeń	X	X	X	X	X
Inne (jakie?) -					

Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta	Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	10	8
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	20	10
3. Konsultacje z nauczycielem	-	-
Razem 1+2+3	30	18
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)	—	—
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)	20	32
Razem 4+5	20	32
SUMA 1+2+3+4+5	50	50
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów	2	

Literatura podstawowa	B. Borusiak, Merchandising, AE, Poznań 2008 M. Sławińska, Kompendium wiedzy o handlu, PWN, Warszawa 2008
Literatura uzupełniająca	U. Kałużna-Drewnińska, B. Iwankiewicz-Rak, Marketing w handlu, AE Wrocław 1999 M. Sławińska, E. Urbanowska-Sojkin, Marketing w zarządzaniu firmą handlową, PWE, Warszawa 1995 W. Wrzosek (red. nauk.), Strategie marketingowe, SGH, Warszawa 2001