



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	MARKETING USŁUG
			w jęz. angielskim	SERVICES MARKETING

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Menedżer Innowacji
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	egzamin

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	3					9	9		
Razem w czasie studiów						18			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Znajomość marketingu

Cele przedmiotu
Nabywanie wiedzy z zakresu marketingu oraz umiejętności wykorzystywania wiedzy w rozwiązywaniu problemów w organizacji usługowej

Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu usług	NK_W02, NK_U01
EKP_02	zna i rozumie koncepcje marketingu stosowane w usługach	NK_W08, NK_W12
EKP_03	potrafi pracować i współdziałać w grupie, koordynować jej działalność i podejmować decyzje i brać za nie odpowiedzialność.	NK_K02, NK_U12, K_K05
EKP_04	rozumie zasady formułowania strategii marketingowej. Potrafi ocenić strategię marketingową dla organizacji usługowej oraz opracować jej zarys	NK_W02, NK_U03; NK_U12, NK_K02; NK_K05

Treści programowe	Liczba godzin	Odniesienie do EKP
--------------------------	----------------------	---------------------------

	W	C	L	P	
Istota marketingu usług - specyfika sfery usług, ewolucja marketingu, miejsce marketingu usług w wiedzy o marketingu, marketing towarów/ produktów a marketingu usług, koncepcje marketingu usług	2	2			EKP_01, EKP_03
Elementy systemu marketingu usług - otoczenie organizacji, rodzaje marketingu w usługach.	2	2			EKP_02, EKP_03
Marketing wewnętrzny - pojęcie, zakres (pozyskiwanie, doskonalenie i utrzymywanie pracowników), znaczenie w strukturze działań marketingowych w organizacjach usługowych.	1	1			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Marketing zewnętrzny - usługa jako produkt marketingowy, jakość usług, kształtowanie cen, sposoby dystrybucji usług, tradycyjne i nowoczesne działania promocyjne.	2	2			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Marketing relacji - znaczenie we współczesnych organizacjach usługowych, budowa relacji z klientami i innymi podmiotami otoczenia.	2	2			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Łącznie godzin	9	9			

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X					X			
EKP_02	X					X			
EKP_03						X			
EKP_04	X					X			

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie ćwiczeń: zaliczony projekt przygotowany w grupach (co najmniej 75% punktów z możliwych do zdobycia). Zaliczenie wykładu: uzyskanie co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia z testu. Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną: 50% T + 50% PG (T - ocena z testu, PG - ocena z projektu grupowego). Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9	9		
Czytanie literatury	5	12		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		12		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	5			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		15		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	2	4		
Łącznie godzin	23	52		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	75			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	52		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	26		1	

Literatura podstawowa
Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., Marketing usług, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012

Daszkowska M., Usługi. Produkcja, rynek, marketing, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1998
Iwankiewicz-Rak B., Marketing w usługach. Przykłady zastosowań, Wyd. WSB, Poznań 2011
Sobczyk G., Marketing na rynku dóbr i usług, Wyd. Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji, Lublin 2013

Literatura uzupełniająca

Kotler Ph., Keller K.L., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2012
Furtak R., Marketing partnerski na rynku usług, PWE, Warszawa 2003
Marketing. Podstawy i kontrowersje, pod red. W. Żurawik, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2005
Rogoziński K., Nowy marketing usług, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000
Czasopisma: Marketing i Rynek, Marketing w Praktyce, Handel Wewnętrzny

Osoba odpowiedzialna za przedmiot

dr Hanna Mackiewicz

KZiE

Pozostałe osoby prowadzące przedmiot

prof. dr hab. Barbara Marciszewska, dr Edyta Spodarczyk,
dr Marzena Wanagos

KZiE