



**UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI**  
**Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa**



**KARTA PRZEDMIOTU**

Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>MARKETING W USŁUGACH DIETETYCZNYCH</b>
		w jęz. angielskim	<b>MARKETING IN DIETETIC SERVICES</b>

Kierunek	<b>Towaroznawstwo</b>
Specjalność	<b>Menedżer Usług Dietetycznych</b>
Poziom kształcenia	<b>studia drugiego stopnia</b>
Forma studiów	<b>stacjonarne</b>
Profil kształcenia	<b>ogólnoakademicki</b>
Status przedmiotu	<b>obowiązkowy</b>
Rygor	<b>zaliczenie z oceną</b>

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
II/III	1	1				15			
<b>Razem w czasie studiów</b>						<b>15</b>			

<b>Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji</b>
Wiedza z zakresu podstaw marketingu.

<b>Cele przedmiotu</b>
Poznanie współczesnych zasad i narzędzi stosowanych w marketingu usług dietetycznych.

<b>Osiągnięte efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)</b>		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	ma podstawową wiedzę o człowieku jako podmiocie konstytuującym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania, a także działającym w tych strukturach.	NK_W07
EKP_02	potrafi stosować podstawowe techniki i narzędzia badawcze w zakresie marketingu, badań rynkowych.	NK_U03
EKP_03	potrafi pozyskiwać, analizować, integrować i wykorzystywać informacje pochodzące z dostępnej literatury, baz danych, w tym źródeł elektronicznych (także w języku obcym), dokonać ich interpretacji i poprawnie wnioskować na ich podstawie.	NK_U04
EKP_04	potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy oraz określać priorytety służące realizacji określonego przez siebie i innych zadania, w szczególności związanego z kształtowaniem jakości procesów i produktów.	NK_K03

EKP_05	rozumie potrzebę formułowania i przekazywania społeczeństwu profesjonalnych informacji i opinii dotyczących osiągnięć w naukach o zarządzaniu i jakości oraz pozostałych dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów oraz innych aspektów działalności.	NK_K05
--------	---	--------

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Charakterystyka i zarządzanie marketingiem w usługach.	1				EKP_01
Badanie działalności usługowej.	1				EKP_02, EKP_03
Strategie marketingowe w usługach dietetycznych.	2				EKP_02, EKP_03
Reklama i promocja usług dietetycznych.	2				EKP_02, EKP_03
Znaczenie komunikacji marketingowej w usługach dietetycznych.	2				EKP_02, EKP_03
Marketing relacji w usługach dietetycznych – budowanie marki osobistej opartej na EBD ( <i>Evidence Based Dietetics</i> )	1				EKP_02, EKP_03
Współczesne narzędzia marketingu usług i ich zastosowanie w usługach dietetycznych.	4				EKP_04
Plan marketingowy w przedsiębiorstwie usługowym.	2				EKP_05
<b>Łącznie godzin</b>	<b>15</b>				

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	X		
EKP_04						X	X		
EKP_05	X								

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie pisemne: test (min. 60% punktów możliwych do zdobycia).
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	15			
Czytanie literatury	10			
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych				
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	10			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	1			
<b>Łącznie godzin</b>	<b>38</b>			
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>38</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>1</b>			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi				
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	18		1	

Projekt „Wykształcenie ma znaczenie” jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020



<b>Literatura podstawowa</b>	
Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., <i>Marketing usług</i> , Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2012	
Gilmore A., <i>Usługi. Marketing i zarządzanie</i> , PWE, Warszawa 2006	
Taranko T., <i>Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty</i> , Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2015	
Sznajder A., <i>Marketing wirtualny</i> , Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002	
Jupowicz-Ginalska A., <i>Marketing medialny</i> , Wyd. Difin, Warszawa 2010	
<b>Literatura uzupełniająca</b>	
Bakalarska J., <i>Marketing wartości</i> . Wyd. Słowa i Myśli. Lublin 2016	
Bartosik-Purgat M., <i>Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym</i> . PWN, Warszawa 2019	
Górecka-Butora P., <i>Influencer marketing od A do Z</i> . WhitePress, Bielsko-Biała 2019	
<b>Osoba odpowiedzialna za przedmiot</b>	
dr hab. inż. Agnieszka Rybowska, prof. UMG	KTiZJ
<b>Pozostałe osoby prowadzące przedmiot</b>	