*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 7/2023*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** *2023-2026*

Rok akademicki 2025/2026

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketing na rynku usług finansowych |
| Kod przedmiotu\* | E/I/GFiR/C-1.4a |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Ekonomii i Finansów KNS |
| Kierunek studiów | Ekonomia |
| Poziom studiów | Pierwszego stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | III/5 |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy do wyboru |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | Dr Piotr Cyrek |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Piotr Cyrek, dr Wiesław Szopiński, dr Marta Kawa |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt ECTS** |
| 5 |  | 30 |  |  |  |  |  |  | 2 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

 zajęcia w formie tradycyjnej (lub zdalnie z wykorzystaniem platformy Ms Teams)

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu

zaliczenie z oceną

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Makro- i mikroekonomia - znajomość podstawowej wiedzy ekonomicznej oraz podstawowych zachowań społecznych |

3. cele, efekty uczenia się, treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie studentów z poszczególnymi formami rynków usług finansowych. |
| C2 | Zapoznanie studentów z działalnością marketingową oraz analizą otoczenia firmy. |
| C3 | Przekazanie studentom wiedzy dotyczącej strategii marketingowych usług finansowych w kontekście komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem oraz definiowania celów marketingowych. |
| C4 | Wypracowanie umiejętności samodzielnego budowania elementów programów marketingowych dla poszczególnych aktywności marketingowych firm z branży usług finansowych. |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK\_01 | Wymienia i opisuje podstawowe pojęcia z zakresu funkcjonowania rynku usług finansowych w kontekście działań marketingowych. | K\_W01  K\_W03  K\_W07 |
| EK\_02 | Stosuje teoretyczną wiedzę z zakresu marketingu do rozwiązywania problemów w obszarze funkcjonowania przedsiębiorstwa sfery usług finansowych. | K\_U02  K\_U03  K\_U10 |
| EK\_03 | Jest zdolny do wykorzystania zdobytej wiedzy w zakresie marketingu w rozwiązywaniu problemów wynikających ze zmieniających się uwarunkowań społeczno-ekonomicznych na rynku usług finansowych | K\_K01  K\_K03 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Charakterystyka rynku usług finansowych (pojęcie, klasyfikacja, struktura usług finansowych). |
| Istota marketingu, rozwój orientacji marketingowych instytucji finansowych (ewolucja rozwoju rynku finansowego, orientacja marketingowa banków). |
| Specyfikacja marketingu rynku usług finansowych (produkt finansowy, klienci indywidualni, instytucjonalni). |
| Formułowanie strategii marketingowych dla poszczególnych grup interesariuszy. |
| Kierunki ewolucji marketingu usług finansowych. |
| Analiza otoczenia marketingowego instytucji finansowych. |
| Typologia konsumentów usług finansowych oraz jakość produktu finansowego. |
| Rynek finansowy, metody segmentacji klientów usług finansowych. |
| Marketingowa strategia komunikacji z rynkiem. |
| Strategie dystrybucji oraz promocji na rynku usług finansowych. |

3.4 Metody dydaktyczne

Ćwiczenia: dyskusja moderowana, elementy wykładu z prezentacją multimedialną, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, rozwiązywanie zadań, analiza studium przypadku, referaty studentów oraz zespołowa praca w podgrupach.

Ćwiczenia możliwe do realizacji z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| EK\_01 | kolokwium, wypowiedzi studenta w trakcie dyskusji | ćw |
| EK\_02 | kolokwium, referat z prezentacją, projekt zespołowy | ćw |
| EK\_03 | obserwacja studenta w trakcie realizacji zadań w zespołach | ćw |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Przedmiot kończy się zaliczeniem na ocenę, którą student otrzymuje jako składową różnych ocen za poszczególne aktywności w trakcie zajęć, tj. ocena z kolokwium x 0,35 + średnia z ocen za referat i prezentację x 0,3 + średnia z ocen za zadania realizowane zespołowo x 0,3 + ocena za aktywność x 0,05.  Kolokwium: Podstawą oceny jest punktacja odpowiadająca poprawnym odpowiedziom na 16 pytań składających się na test jednokrotnego wyboru. Student otrzymuje ocenę proporcjonalnie do uzyskanych punktów tj.:  16- 15 pkt – ocena 5,0  14- 13 pkt – ocena 4,5  12- 11 pkt – ocena 4,0  10- 9 pkt – ocena 3,5  8- 8 pkt – ocena 3,0  7- 0 pkt – ocena 2,0  Ocena za referat różnicowana jest na podstawie stopnia opanowania i samodzielności w prezentowaniu treści. Na ocenę prezentacji składa się natomiast jej zakres merytoryczny i poprawność kompozycji zestawionych treści w połączeniu z poprawnością cytowań i przypisów.  Zadania realizowane w zespołach oceniane są na podstawie punktów uzyskanych przez studentów za każdy z elementów zadania. Przed realizacją zadania studenci informowani są przy tym jakie elementy zadania będą oceniane i jaki wpływ na ocenę z zadania będą miały jego składowe.  Ocena za aktywność odpowiada liczbie spontanicznych wystąpień studenta w trakcie ćwiczeń: ocena 5 – co najmniej 3 wystąpienia, 4 – co najmniej 2 wystąpienia, 3 – co najmniej jedno wystąpienie. Jeśli student nie zabiera głosu do ustalenia oceny końcowej przyjmuje się wartość 0. |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny z harmonogramu studiów | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela  (udział w konsultacjach) | 1 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do kolokwium, samodzielne studia literatury przedmiotu, przygotowanie prezentacji) | 19 |
| SUMA GODZIN | 50 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | **2** |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | - |
| zasady i formy odbywania praktyk | - |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. Płonka M. , Marketing instytucji finansowych, Wydawnictwo UEK, Kraków 2011. 2. Janas A., Wktor J. W., Czubała A., Smoleń T. Marketing usług. PWN, Warszawa, 2012. 3. Al-Noorachi M., Sułkowski Ł.,(red.) Marketing we współczesnej gospodarce: wybrane zagadnienia, Difin, Warszawa 2018. |
| Literatura uzupełniająca:   1. Grzywacz J., Marketing banku, Difin, Warszawa 2019. 2. Jeffery M., Marketing analityczny. 15 wskaźników, które powinien znać każdy Marketer, Wydawnictwo Helion, 2015.  Szopiński W. Marketing bankowy na przykładzie Banku Polskiej Spółdzielczości SA w Warszawie, Oddział w Rzeszowie. ZN Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 747, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu nr 28, Szczecin, 2013, s. 87-96.Gazeta Bankowa. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)