*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia: 2020/2021 – 2022/2023**

**Rok akademicki: 2022/2023**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | PODSTAWY MARKETINGU |
| Kod przedmiotu\* |  |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Medycznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Nauk o Kulturze Fizycznej |
| Kierunek studiów | Turystyka i Rekreacja |
| Poziom studiów | Studia pierwszego stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Niestacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | 3.tir.lic., semestr V |
| Rodzaj przedmiotu | Moduł IV - Przedmioty dodatkowe do wyboru |
| Język wykładowy | Polski |
| Koordynator | dr Paweł Łuka |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Paweł Łuka |

\* *-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** |
| **V** | **20** | **15** |  |  |  |  |  |  | **3** |

1.2. Sposób realizacji zajęć: zajęcia w formie tradycyjnej

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu:

Wykład: zaliczenie bez oceny

Ćwiczenia zaliczenie z oceną,

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Wiedza z przedmiotów: Ekonomia, Zarządzanie |

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

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Poznanie podstawowych zasad z zakresu marketingu |
| C2 | Kształcenie umiejętności podejmowania optymalnych decyzji marketingowych przez różne podmioty gospodarcze |
| C3 | Zrozumienie podstawowej roli marketingu w biznesie |

**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 | Absolwent zna i rozumie zasady organizowania i zarządzania przedsiębiorstwami, instytucjami i organizacjami turystycznymi i rekreacyjnymi | K\_W09 |
| EK\_02 | Absolwent potrafi analizować problemy oraz znajdować ich rozwiązania w oparciu o prawa i metody właściwe dla turystyki i rekreacji | K\_U11 |
| EK\_03 | Absolwent jest gotów do podejmowania działań w sposób przedsiębiorczy | K\_K08 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Natura marketingu |
| Globalne otoczenie marketingowe |
| Zachowanie konsumenta na rynku |
| Badania marketingowe I systemy informacyjne |
| Segmentacja rynku |
| Zarządzanie produktem i marką |
| Zarządzanie marketingiem usług |
| Strategie cenowe |
| Zarzadzanie dystrybucją |
| Zintegrowana komunikacja marketingowa |
| Planowanie marketingowe I strategia |

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

|  |
| --- |
| Projektowanie strategii marketingowych |
| Analiza mikro- i makrootoczenia marketingowego |
| Zachowania kosumenta indywidualnego i biznesowego |
| Segmentacja rynku – profile konsumentów |
| Produkty, usługi I marki |
| Rozwój nowego produktu |
| Główne strategie cenowe |
| Kanały marketingowe |
| Wartości dla konsumenta |
| Elementy promocji |
| Marketing bezpośredni I marketing online |

3.4 Metody dydaktyczne

*Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną*

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, rozwiązywanie zadań, dyskusja*

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia sie  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| Ek\_ 01 | kolokwium, projekt | w, ćw |
| EK\_ 02 | kolokwium, projekt, obserwacja w trakcie zajęć | w, ćw |
| EK\_ 03 | kolokwium, projekt, obserwacja w trakcie zajęć | w, ćw |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Wykłady:  uzyskanie minimum 51% punktów z kolokwium  Ćwiczenia:  ocena aktywności na zajęciach, ocena wykonanych przez studenta ćwiczeń i zadań, ocena prac grupowych- uzyskanie minimum 51% punktów  51% - 60% - 3,0  61% - 70% - 3,5  71% - 80% - 4,0  81% - 90% - 4,5  91% - 100% - 5,0 |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 35 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 10 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 30 |
| **SUMA GODZIN** | **75** |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | **3** |

*\* 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. Kotler P. Keller K. L. (2014), Marketing, Wydawnictwo Rebis, Warszawa 2. Armstrong G., Kotler P. (2019), Marketing Wprowadzenie, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 3. Tracy B. (2019), Marketing, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 4. Michalski E. (2018), Marketing, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa |
| Literatura uzupełniająca:   1. Kotler P., Armstrong G. (2017). Principles of Marketing. Pearson Prentice Hall 2. Armstrong G., Kotler P., Harker M., Brennan R.. (2015). Marketing. An Introduction. Financial Times Press. 3. Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Prentice Hall. 4. Levens M. (2013). Marketing. Pearson Higher Education. |

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)