

KARTA PRZEDMIOTU**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Marketing
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Marketing
Kierunek studiów	Zarządzanie
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II stopień
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	Studia stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o zarządzaniu i jakości
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr hab. Grzegorz Zasuwa
---	-------------------------

Forma zajęć(<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład			11 punktów ECTS
konwersatorium			
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium	120	I, II, III, IV	
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania i marketingu
-------------------	--

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C1 - głównym celem zajęć jest pomoc studentom w przygotowaniu prac magisterskich dotyczących szeroko pojętego marketingu
--

Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Absolwent zna metodologię, teorie i terminologię z zakresu marketingu jak i nowe trendy w obranym przez siebie obszarze badań	KW_01, KW_06
W_02	Absolwent zna zasady poszanowania prawa autorskiego	KW_09
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Absolwent potrafi wybrać, uzasadnić, zaplanować, oraz przeprowadzić badanie empiryczne z zakresu marketingu, jak i prezentować publicznie efekty swojej pracy	KU_05, KU_08, KU_10

U_02	Absolwent potrafi przygotować pracę magisterską z zakresu marketingu wykorzystując w tym celu pogłębioną wiedzę odnośnie wybranego problemu badawczego	KU_04
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Absolwent jest gotów do kreatywnego rozwiązania problemu badawczego z zakresu marketingu	KK_06
K_02	Absolwent przestrzega zasad etyki w procesie przygotowywania pracy dyplomowej	KK_04

III. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>Treści ogólne</p> <ol style="list-style-type: none"> Wybór problemu badawczego Analiza literatury Planowanie badania Realizacja badania Napisanie pracy magisterskiej <p>Treści realizowanych prac dyplomowych mogą dotyczyć:</p> <ol style="list-style-type: none"> Strategii marketingowych Zarządzania cenami Zarządzania dystrybucją Zarządzania promocją Zarządzania produktem Zarządzania satysfakcją Nowych trendów w marketingu Innych zagadnień ustalonych z prowadzącym

IV. Metody realizacji weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne <i>(lista wyboru)</i>	Metody weryfikacji <i>(lista wyboru)</i>	Sposoby dokumentacji <i>(lista wyboru)</i>
WIEDZA			
W_01	Praca badawcza pod kierunkiem	Praca pisemna	Protokół zaliczeniowy, praca magisterska
W_02	Praca badawcza pod kierunkiem	Praca pisemna	Raport z systemu antyplagiatowego
UMIĘTNOŚCI			
U_01	Praca badawcza pod kierunkiem, prezentacja efektów pracy, dyskusja	Obserwacja prezentacji i dyskusji, praca pisemna	Protokół zaliczeniowy, praca magisterska
U_02	Praca badawcza pod kierunkiem	Praca pisemna	Protokół zaliczeniowy, praca magisterska
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	Praca badawcza pod kierunkiem	Praca pisemna	Protokół zaliczeniowy, praca magisterska
K_02	Praca badawcza pod kierunkiem	Praca pisemna	Raport z systemu antyplagiatowego

Uwagi: W przypadku podjęcia decyzji przez władze Uniwersytetu o przejściu w tryb nauki zdalnej, efekty kształcenia będą realizowane i weryfikowane przy wykorzystaniu narzędzi MS Teams lub platformy Moodle.

V. Kryteria oceny, wagi

Zgodnie z programem studiów poszczególne semestry kończą się zaliczeniem bez oceny. Na zaliczenie poszczególnych semestrów przyjęto następujące warunki:

Zaliczenie I semestru - obecność na zajęciach, aktywny udział w dyskusjach seminaryjnych, wybór tematu i przygotowanie planu pracy (prezentacja)

Zaliczenie II semestru - obecność na zajęciach, aktywny udział w dyskusjach seminaryjnych, napisanie co najmniej I rozdziału pracy oraz przygotowanie planu badań empirycznych (prezentacja).

Zaliczenie III semestru - obecność na zajęciach, aktywny udział w dyskusjach seminaryjnych, realizacja badań empirycznych, opis wyników badania oraz dokonanie ich prezentacji podczas seminarium.

Zaliczenie IV semestru - obecność na zajęciach, aktywny udział w dyskusjach seminaryjnych, ukończenie pracy magisterskiej oraz dokonanie jej prezentacji podczas seminarium.

VI. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	120
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	240

VII. Literatura

Literatura podstawowa
1. Krajowe i zagraniczne monografie naukowe dotyczące treści przygotowywanych prac. 2. Artykuły z krajowych i zagranicznych czasopism naukowych dotyczące treści przygotowywanych prac.
Literatura uzupełniająca
1. Węglińska M., Jak pisać pracę magisterską? Poradnik dla studentów, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2016 2. Wójcik K. Piszę akademicką pracę promocyjną, licencjacką, magisterską, doktorską. Wolters Kluwer Polska, 2015.

Podpis pracownika
Grzegorz Zasuwa