


**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
Unię Europejską w ramach  
Europejskiego Funduszu  
Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu			Kod ECTS
Marketing			4.7.1320
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Katedra Marketingu			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Zarządzania	Finanse i rachunkowość	forma	niestacjonarne (zaoczne)
		moduł	bankowość i finanse, finanse przedsiębiorstw i controlling, rachunkowość
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr Anna Dziadkiewicz; prof. UG, dr hab. Robert Bęben; dr Liwia Delińska			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin			Liczba punktów ECTS
Formy zajęć			4 Przedmiot obejmuje 54 godziny, w tym udział w wykładach - 8 godzin (2 ECTS), samodzielne przygotowanie się do zajęć, w tym analiza literatury oraz udział w konsultacjach z prowadzącym, łącznie 46 godzin (2 ECTS).
Wykład			
Sposób realizacji zajęć			
zajęcia w sali dydaktycznej			
Liczba godzin			
Wykład: 8 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2025/2026 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Dyskusja - Wykład problemowy - Wykład z prezentacją multimedialną		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		kolokwium	
		Podstawowe kryteria oceny	
		1. Wymagania umożliwiające przystąpienie do zaliczenia (weryfikowane na zasadzie TAK/NIE): Obecność na wymaganej regulaminem studiów liczbie zajęć Umiejętność dostosowania się do reguł obowiązujących podczas zajęć w zakresie: terminowości, uczciwości i poszanowania własności intelektualnej, regulaminu uczelni i innych regulacji, punktualności, kultury dyskusji i zasad dobrego wychowania 2. Wymagania kształtujące poziom oceny końcowej: Opanowanie materiału prezentowanego na wykładzie i w zalecanych pozycjach bibliograficznych. Oceny końcowe są wystawiane na podstawie punktów zgodnie z warunkami studiów obowiązującymi na Uniwersytecie:	
		• 50% lub mniej -2,0 (niedostateczny) • >50% - 3,0 (dostateczny) • >60% - 3,5 (dostateczny +) • >70% - 4,0 (dobry) • >80% - 4,5 (dobry+) • >81% - 5,0 (bardzo dobry)	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt kształcenia	Wykład problemowy	Wykład z prezentacją multimedialną	Dyskusja
	Wiedza		
FIR1_W09	X	X	X
	Umiejętności		
FR1_U01	X	X	X
	Kompetencje		
FR1_K01	X	X	X
FR1_K01	X	X	X

**Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi****A. Wymagania formalne**

Brak.

**B. Wymagania wstępne**

Umiejętność pracy w grupie, systematyczność, zaangażowanie w realizowane zadania

**Cele kształcenia**

Celem przedmiotu jest komunikatywne przekazanie wiedzy, zweryfikowanie jej zdobycia przez studenta, a także ocena umiejętności i posiadanych kompetencji.

**Treści programowe**Problematyka wykładu:

Istota marketingu

Otoczenie marketingowe

Postępowanie konsumenta na rynku

Segmentacja rynku

Instrumenty marketingu mix

**Wykaz literatury**

Literatura podstawowa:

1. Ph. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0, Wydawnictwo MT Biznes, 2017.

Literatura uzupełniająca:

1. S. Godin, To jest marketing! Nie zostaniesz zauważony, dopóki nie nauczysz się widzieć, Wyd. MT Biznes, 2019

**Kierunkowe efekty uczenia się****WIEDZA**

FIR1\_W09 Zna zasady tworzenia i ekonomicznego funkcjonowania organizacji komercyjnych i sektora publicznego, ich formy, fazy rozwoju, jak również uwarunkowania finansowe determinujące ich wartość oraz sukces ekonomiczny.

**UMIEJĘTNOŚCI**

FR1\_U01 Rozumie i potrafi prawidłowo interpretować podstawowe zjawiska ekonomiczne w zakresie finansów i rachunkowości. Rozumie i umie wyjaśnić treść komunikatów instytucji gospodarczych, artykułów zamieszczanych w prasie codziennej i czasopiśmie z zakresu finansów (z wyłączeniem czasopiśm naukowych), Prawidłowo stosuje pojęcia z zakresu nauk społecznych.

**KOMPETENCJE SPOŁECZNE**

FR1\_K01 Samodoskonalenie rozumie potrzebę rozwoju i uczenia się przez całe życie potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności, zna swoje silne i słabe strony,

**Wiedza**

Zna zasady tworzenia i ekonomicznego funkcjonowania organizacji komercyjnych i sektora publicznego, ich formy, fazy rozwoju, jak również uwarunkowania finansowe determinujące ich wartość oraz sukces ekonomiczny.

**Umiejętności**

Rozumie i potrafi prawidłowo interpretować podstawowe zjawiska ekonomiczne w zakresie finansów i rachunkowości. Rozumie i umie wyjaśnić treść komunikatów instytucji gospodarczych, artykułów zamieszczanych w prasie codziennej i czasopiśmie z zakresu finansów (z wyłączeniem czasopiśm naukowych), Prawidłowo stosuje pojęcia z zakresu nauk społecznych.

**Kompetencje społeczne (postawy)**

Samodoskonalenie rozumie potrzebę rozwoju i uczenia się przez całe życie potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności, zna swoje silne i słabe strony, stawia sobie ambitne cele na miarę swoich możliwości, umie przyjąć porażkę, przyznać się do błędów.

Współpraca potrafi harmonijnie współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w

<p>stawia sobie ambitne cele na miarę swoich możliwości, umie przyjąć porażkę, przyznać się do błędu.</p> <p>FR1_K02 Współpraca potrafi harmonijnie współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi uzgodnić z grupą cele i podział zadań jest otwarty, szanuje odmienność innych członków zespołu.</p>	<p>niej różne role, potrafi uzgodnić z grupą cele i podział zadań jest otwarty, szanuje odmienność innych członków zespołu.</p>
<b>Kontakt</b>	
<a href="mailto:anna.dziadkiewicz@ug.edu.pl">anna.dziadkiewicz@ug.edu.pl</a>	