

UCZELNIA METROPOLITALNA						
<b>Kierunek studiów: Zarządzanie</b>						
<b>Przedmiot: Strategie marketingowe w praktyce - case study, projekt</b>						
<b>Profil kształcenia: Praktyczny</b>						
<b>Poziom kształcenia: studia I stopnia</b>						
Liczba godzin w semestrze	1		2		3	
	I	II	III	IV	V	VI
Studia stacjonarne (w/cw/lab/pr/e)*					25 pr.	
Studia niestacjonarne (w/cw/lab/pr/e)					25 pr.	
<b>JĘZYK PROWADZENIA ZAJĘĆ</b>	Polski					
<b>FORMA ZAJĘĆ</b>	projekt					
<b>CELE PRZEDMIOTU</b>	Zapoznanie studentów z problematyką formułowania, wdrażania oraz kontroli realizacji strategii marketingowej w organizacji.					
Odniesienie do efektów uczenia się		Opis efektów uczenia się			Sposób weryfikacji efektu uczenia się	
Efekt kierunkowy	PRK					
WIEDZA						
Z_W04 Z_W06 Z_W09	P6U_WG P6U_WG	Student: <ul style="list-style-type: none"> <li>definiuje, wymienia i opisuje kolejne etapy procesu kształtowania strategii marketingowej,</li> <li>zna w zaawansowanym stopniu i opisuje etapy wdrażania strategii marketingowej,</li> <li>zna w zaawansowanym stopniu różne mierniki oceny skuteczności realizowanej strategii marketingowej</li> </ul>			Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej.	
UMIEJĘTNOŚCI						

Z_U02, Z_U03 Z_U07	P6U_UW	Student: <ul style="list-style-type: none"> <li>w oparciu o przedstawione dane analizuje, interpretuje oraz komentuje sytuację rynkową przedsiębiorstwa,</li> </ul>	Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej.
Z_U01 Z_U02, Z_U03 Z_U07	P6U_UW	<ul style="list-style-type: none"> <li>konstruuje plan marketingowy,</li> </ul>	Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej
Z_U01 Z_U02, Z_U03 Z_U07	P6U_UW	<ul style="list-style-type: none"> <li>formułuje strategię marketingową przedsiębiorstwa,</li> </ul>	Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej
Z_U02, Z_U03 Z_U07	P6U_UW	w oparciu o przedstawione mierniki potrafi ocenić stopień realizacji strategii marketingowej	Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej
Z_U12	P6U_UW	Student: <ul style="list-style-type: none"> <li>posiada umiejętność samodzielnego wyszukiwania i wykorzystania literatury i informacji z baz danych z zakresu marketingu.</li> </ul>	Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej.
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
Z_KO2, Z_K01	P6U_KK	Student: <ul style="list-style-type: none"> <li>zachowuje otwartość na nowe pomysły, rozwiązania,</li> <li>wykazuje kreatywność w opracowywaniu modelowych rozwiązań strategicznych.</li> </ul>	Obserwacja zachowań i umiejętności podczas prezentacji projektu strategii marketingowej.
<b>Nakład pracy studenta (w godzinach dydaktycznych 1h dyd.=45 minut)**</b>			
<b>25 h</b>			
<b>Stacjonarne</b> udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = przygotowanie do ćwiczeń = przygotowanie do wykładu = przygotowanie do egzaminu = realizacja zadań projektowych = 25 konsultacje= e-learning = zaliczenie/egzamin = inne praca własna = <b>RAZEM: 25</b> <b>Liczba punktów ECTS:1</b> <b>w tym w ramach zajęć praktycznych: 1</b>		<b>Niestacjonarne</b> udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = przygotowanie do ćwiczeń = przygotowanie do wykładu = przygotowanie do egzaminu = realizacja zadań projektowych = 25 konsultacje= e-learning = zaliczenie/egzamin = inne praca własna = <b>RAZEM:25</b> <b>Liczba punktów ECTS:1</b> <b>w tym w ramach zajęć praktycznych: 1</b>	
<b>WARUNKI WSTĘPNE</b>	Podstawy marketingu		
<b>TREŚCI PRZEDMIOTU</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	Podstawy zarządzania marketingowego. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa. Strategie marketingowe (istota, poziomy i rodzaje strategii przedsiębiorstw, proces kształtowania strategii marketingowej, klasyfikacja strategii marketingowych, strategie konkurencyjne, strategie segmentacji rynku, strategie produktu, ceny, dystrybucji oraz promocji). Wdrażanie strategii marketingowej w organizacji. Kontrola realizacji strategii marketingowej		
<b>LITERATURA OBOWIĄZKOWA</b>	1. Pomykalski A.: Zarządzanie i planowanie marketingowe. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.		

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kotler P., Stigliano G., Retail 4.0, PWE, 2022</li> <li>3. Mruk H., Pilarczyk B., Sławińska M., <i>Marketing. Koncepcje – Strategie – Trendy</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2020.</li> </ol>
<b>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA</b> (w tym min. 2 pozycje w języku angielskim; publikacje książkowe lub artykuły)02	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dadzie K.Q., Amponsah D.K., Dadzie C.A. &amp; Winston E.M., <i>How Firms Implement Marketing Strategies in Emerging Markets: An Empirical Assessment of The 4A Marketing Mix Framework</i>, Journal of Marketing Theory and Practice, 2017, Vol. 25, No. 3.</li> <li>2. Kanagal N.B., <i>Development of Market Orientation for Marketing Strategy Formulation</i>, International Journal of Marketing Studies, 2017, Vol. 9, No. 4.</li> <li>3. Maciejewski G., Mokrysz S., Wróblewski Ł., <i>Consumers towards marketing strategies of coffee producers</i>, Wageningen Academic Publishers, Wageningen, The Netherlands 2020, ss. 260.</li> </ol>
<b>METODY NAUCZANIA</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	Rozwiązywanie zadań problemowych, analiza tekstów z dyskusją, analiza case study
<b>POMOCE NAUKOWE</b>	Materiały źródłowe, teksty case study
<b>PROJEKT</b> (o ile jest realizowany w ramach modułu zajęć)	Cel projektu: Zapoznanie studenta z procesem formułowania strategii marketingowej Temat projektu: Opracowanie strategii marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa Forma projektu: dokument przygotowany w wersji pdf oraz prezentacja power point
<b>FORMA I WARUNKI ZALICZENIA</b> (z podziałem na zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning)	Zaliczenie w formie ustnej. Zaprezentowanie i omówienie opracowanego samodzielnie projektu strategii marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa

\* W-wykład, ćw- ćwiczenia, lab- laboratorium, pro- projekt, e- e-learning