

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023/2024-2024/2025

(skrajne daty)

Rok akademicki 2023/2024

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	MARKETING W LOGISTYCE
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Przyrodniczych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Kolegium Nauk Przyrodniczych
Kierunek studiów	Logistyka w sektorze rolno-spożywczym
Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	rok I, semestr 1
Rodzaj przedmiotu	kierunkowy do wyboru
Język wykładowy	język polski
Koordynator	dr inż. Grażyna Gajdek
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr inż. Grażyna Gajdek

* - opcjonalnie, 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
1	15	15							2

1.2. Sposób realizacji zajęć☒ zajęcia w formie tradycyjnej☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość**1.3. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)**

WYKŁAD: ZALICZENIE BEZ OCENY

ĆWICZENIA AUDYTORYJNE: ZALICZENIE Z OCENĄ

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowe wiadomości z zakresu marketingu

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1. Cele przedmiotu

C1	Student zna i rozumie znaczenie marketingu w logistyce.
C2	Ma wiedzę o znaczeniu marketingu w usługach logistycznych.
C3	Potrafi rozwiązywać problemy w usługach logistycznych oraz wykorzystać narzędzia marketingowe.

3.2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu Student:	Odniesienie do efektów kierunkowych
EK_01	zna rolę usług transportowych oraz znaczenie marketingu w łańcuchu dostaw	K_W11 K_W12
EK_02	potrafi wykorzystać dostępne narzędzia do rozwiązywania nietypowych problemów w obszarze usług, a także optymalizować proces zarządzania w logistyce wykorzystując nowoczesne rozwiązania	K_U04 K_U07
EK_03	potrafi zaprojektować strategię marketingową dla przedsiębiorstwa logistycznego	K_U10
EK_04	potrafi działać i myśleć w sposób przedsiębiorczy	K_K03

3.3. Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Wykorzystanie narzędzi marketingowych w logistyce.
Kierunki działań marketingowych w usługach logistycznych.
Zachowania klientów i komunikacja marketingowa.
Strategie działań marketingowych w działalności usługowej.

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych

Treści merytoryczne
Strategie rynkowe firm logistycznych.
Marketing mix - zastosowanie narzędzi w usługach logistycznych.
Projektowanie wybranej strategii marketingowej.

3.4. Metody dydaktyczne

Wykład: wykład z prezentacją multimedialną

Ćwiczenia audytoryjne: analiza tekstów z dyskusją, przygotowanie strategii, praca w grupach

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	w., ćw. aud.
EK_02	kolokwium, udział w dyskusji, projekt strategii	w., ćw. aud.
EK_03	wykonanie projektu strategii	w., ćw. aud.
EK_04	obserwacja w trakcie zajęć	w., ćw. aud.

4.2. Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Wykład: zaliczenie bez oceny (kolokwium).

Ćwiczenia audytoryjne: zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych z kolokwium, prawidłowego wykonywania strategii, udziału w dyskusji.

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów uczenia się.

O ocenie pozytywnej z przedmiotu decyduje liczba uzyskanych punktów (>50% maksymalnej liczby punktów): dst 51-59%, dst plus 60-69%, db 70-79%, db plus 80-89%, bdb 90-100%.

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 akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	3
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	17
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:

Waliczek E., Król M., Dyrkacz R. 2017. Innowacje w gospodarce: zarządzanie, marketing, logistyka. Wyd. Naukowe Sophia, Katowice.

Demjaniuk R. (red.). 2013. Marketing w działalności logistycznej – wybrane przykłady. Wyd. UP-H Siedlce.

Potwora D., Potwora W. 2020. Innowacje a strategie marketingowe przedsiębiorstw. Wyd. Difin, Warszawa.

Literatura uzupełniająca:

Kowalska M., Sz wajlik A. (red). 2020. Rewolucja 4.2: nowe technologie w marketingu. Polskie Wyd. Ekonomiczne.

Kotler Ph. 2005. Marketing. Wyd. Rebis.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej