

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Marketing branżowy, PG_00178470						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2028/2029		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	3	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS			7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Tomasz Dryl					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	16.0	16.0	8.0	0.0	0.0	40
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	40		2.0		133.0	175
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przybliżenie studentom zagadnień związanych z marketingiem branżowym, szczególnie poznanie specyfiki marketingu B2B oraz B2C, marketing MSP, dóbr FMCG, a także specyfiki poszczególnych branż: marketingu społecznego, kultury, czasu wolnego, terytorialnego, politycznego. W procesie kształcenia w przedmiocie zostaną także scharakteryzowane działania marketingu podmiotów leczniczych, podmiotów na rynku nieruchomości, podmiotów przemysłowych, usług finansowych, podmiotów branży fashion/beauty, dóbr luksusowych. Dopelnieniem kształcenia w przedmiocie będą tematy nowych branż marketingu a także budowania ścieżki kariery w pracy w marketingu.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U02] Student potrafi identyfikować problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z otoczeniem oraz proponować adekwatne rozwiązania.	Student identyfikuje specyficzne problemy marketingowe występujące w wybranych branżach, analizuje ich przyczyny i proponuje rozwiązania dostosowane do warunków rynkowych i charakteru sektora.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZL3_U07] Student potrafi przygotować prace pisemne oraz prezentacje i wystąpienia ustne, w zakresie problematyki zarządzania.	Student przygotowuje pracę pisemną oraz prezentację multimedialną i ustną na temat specyfiki działań marketingowych w wybranym sektorze gospodarki, z wykorzystaniem przykładów branżowych i właściwej terminologii, aktualnych danych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZL3_W02] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie istotę oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich atrybuty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student zna i rozumie specyfikę funkcjonowania organizacji w wybranych branżach (np. B2B, FMCG, usługi, sektor publiczny), identyfikuje ich kluczowe obszary marketingowe oraz opisuje powiązania między procesami marketingowymi a otoczeniem branżowym.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu

Wykład:

1. Marketing B2C a marketing B2B (2h)
2. Marketing społeczny / non profit / polityczny (2h)
3. Marketing w obszarze non-profit (2h)
4. Marketing polityczny (2h)
5. Marketing instytucji finansowych (2h)
6. Specyfika marketingu komercyjnego w wybranych branżach (1h)
7. Marketing w sporcie (1h) 8. Marketing w branży modowej (2h)
9. Marketing w branży beauty (2h)
10. Marketing dóbr luksusowych (2h)
11. Marketing w turystyce (2h)

Ćwiczenia:

1. Marketing społeczny / non profit / polityczny case study (3h)
2. Marketing w obszarze non-profit - case study (3h)
3. Marketing polityczny kampania marketingu politycznego (3h)
4. Marketing instytucji finansowych - case study (3h)
5. Specyfika marketingu komercyjnego w wybranych branżach - case study (2h) 6. Marketing w sporcie - case study (2h) 7. Marketing w branży modowej- case study (3h)
8. Marketing w branży beauty - case study (3h) 9. Marketing dóbr luksusowych - case study (2h)
10. Marketing w turystyce - case study (2h)
11. Nowe branże z perspektywy marketingu (2h)
12. Kariera w marketingu - ścieżki kariery (2h)

Laboratorium:

1. Wprowadzenie do projektu marketingu branżowego (2h)
2. Realizacja projektu : zbieranie danych, konsultacje, wizyty studyjne, weryfikacje (11h)
3. Prezentacja projektu (2h)

Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	test	51.0%	50.0%
	wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. Armstrong G., Kotler P., Keller K., Marketing. Wprowadzenie, wyd. Nieoczywiste 2022.</p> <p>2. Szromnik A., Marketing terytorialny: miasto i region na rynku, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2016.</p> <p>3. Jeziński M. (red.), Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu, Dom Wydawniczy "Duet", Toruń 2014.</p> <p>4. Serwański T., Marketing kulturowy. Społeczno-kulturowe aspekty komunikacji marek w Polsce, PWE Warszawa 2022</p> <p>5. Kall J. i in., Marka modowa. Jak zrozumieć konsumenta mody i stworzyć markę szytą na miarę? PWE Warszawa 2019.</p> <p>6. Sznajder A., Marketing sportu, PWE Warszawa 2015.</p> <p>7. Golik-Górecka G., Marketing business to business, Difin, Warszawa, 2004. 8. W. Dryl, T. Dryl, U. Kępczewska, Nowe 4P marketingu, CeDeWu Warszawa 2023</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Kotler P., Keller, K., Marketing, Rebis 2012.</p> <p>Materiały przygotowane przez wykładowców.</p>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>1. scharakteryzuj różnice narzędzi marketingu b2b i b2C</p> <p>2. wymień i opisz główne elementy marketingu politycznego</p> <p>3. opisz strukturę marki na rynku beauty</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.