

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Nowe trendy w marketingu, PG_00177893						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Urszula Kępczewska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	45.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45
	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	45		3.0		52.0	100
Cel przedmiotu	Celem wykładu jest zapoznanie studentów z najważniejszymi megatrendami wpływającymi na współczesny marketing. Uczestnicy nauczą się analizować zmieniające się otoczenie rynkowe oraz projektować innowacyjne strategie marketingowe dostosowane do nowych realiów.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_W08] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie cele, specyfikę i złożoność procesów zarządzania, ich powiązanie z innymi procesami w organizacji oraz towarzyszące im wyzwania i dylematy, w kontekście dynamicznie zmieniającego się otoczenia.	Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie cele, specyfikę i złożoność procesów zarządzania, potrafi je porównywać oraz oceniać ich powiązania z innymi procesami w organizacji, a także identyfikować wyzwania i dylematy występujące w kontekście dynamicznie zmieniającego się otoczenia.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_W02] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie istotę, złożoność oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich atrybuty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie istotę oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, potrafi je porównywać, oceniając ich atrybuty, obszary funkcjonalne, zachodzące procesy oraz relacje z otoczeniem.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_K01] Student jest gotów do zdobywania i pogłębiania wiedzy potrzebnej do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych, w szczególności z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	Student jest gotów do zdobywania i pogłębiania wiedzy niezbędnej do analizowania problemów poznawczych i praktycznych, w szczególności z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także do projektowania rozwiązań na podstawie krytycznej oceny posiadanej wiedzy i dostępnych treści oraz do korzystania z opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[ZARZMU2_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów oraz opracowywania rozwiązań (w tym innowacyjnych) dla złożonych lub nietypowych problemów zarządczych, pojawiających się w pracy zawodowej.	Student opracowuje, analizuje i interpretuje złożone lub nietypowe problemy zarządcze pojawiające się w pracy zawodowej; doбира i stosuje uporządkowaną, szczegółową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów w celu rozstrzygania dylematów i tworzenia rozwiązań, w tym innowacyjnych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do megatrendów ich rola w kształtowaniu przyszłości rynków i konsumpcji. 2. Zmiany społeczne a nowe postawy konsumenckie rola wartości, tożsamości i wspólnot. 3. Sztuczna inteligencja w marketingu automatyzacja, personalizacja i nowe modele interakcji. 4. Alternatywne światy wirtualna i rozszerzona rzeczywistość jako nowe przestrzenie komunikacji. 5. Zdrowie jako wartość nadrzędna wpływ kryzysów zdrowotnych na strategię marek. 6. Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna marketing w służbie planety. 7. Marketing w świecie danych świat lustrzany i rosnące znaczenie digital twinów. 8. Niestabilność otoczenia zewnętrznego dostosowywanie strategii marketingowych do zmiennych warunków społeczno-gospodarczych. 9. Analiza trendów w praktyce jak interpretować i wykorzystywać megatrendy w działaniach marketingowych. 		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa ocena końcowej
	egzamin pisemny	51.0%	50.0%
	projekt semestralny	51.0%	50.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. W.Dryl, T. Dryl, U.Kępczewska, Nowe 4P Marketingu, CeDeWu Warszawa 2023 2. P. Kotler, K. L. Keller, Marketing, REBIS, Warszawa 2025 3. H. Kartajaya, I. Setiawan, P.Kotler, Marketing 3.0, MT Biznes 4. P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan Marketing 6.0. Przyszłość jest immersyjna. MT Biznes, 2024.
	Uzupełniająca lista lektur	K. Mazurek-Lopacińska, Zachowania konsumentów na współczesnym rynku. Perspektywa marketingowa, PWE, Warszawa 2021.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.