

**Karta przedmiotu**

|  |  |   |   |              |  |            |       |
|--|--|---|---|--------------|--|------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Zarządzanie marketingowo-logistyczne, PG_00199707  |   |   |              |  |            |       |
| Kierunek studiów                         | Międzynarodowe stosunki gospodarcze (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<br>Grupa zajęć fakultatywnych<br>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                          | 3  | Liczba punktów ECTS                                       |   |              | 4.0  |            |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki   | Forma zaliczenia  |   |              | egzamin  |            |       |
| Jednostka prowadząca                     |  |   |   |              |  |            |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot  | dr Tomasz Nowosielski                                     |   |              |  |            |       |
|  | Prowadzący zajęcia z przedmiotu  |   |   |              |  |            |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć  | Wykład  | Ćwiczenia   | Laboratorium | Projekt  | Seminarium | RAZEM |
|  | Liczba godzin zajęć  | 15.0  | 15.0  | 0.0          | 30.0   | 0.0        | 60    |
|  | 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   | 60  | 0.0   |              | 40.0   |            | 100   |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do uczestnictwa w obsłudze transportowej ładunków handlu morskiego. W zajęciach uczestniczą przedstawiciele praktyki gospodarczej, przedsiębiorstw: armatorskiego, spedycyjnego, operatora portowego terminalu kontenerowego i spółki opracowującej koncepcję port community system.   |   |   |              |  |            |       |
| Efekty uczenia się przedmiotu            | Efekt kierunkowy   |   | Efekt z przedmiotu  |              | Sposób weryfikacji i oceny efektu  |            |       |
|  | [MSGMU2_W03] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym i międzynarodowym i globalnym  |   | Student zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej. Student korzysta z możliwości konsultowania się w zakresie zagadnień dotyczących przedmiotu. |              | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja<br>[SW5] realizacja zadania problemowego  |            |       |
| Treści przedmiotu                        | 1. Zarządzanie marketingowo-logistyczne jako koncepcja orientacji zasobowo-rynkowej przedsiębiorstw - wprowadzenie 2. Istota i główne cechy zarządzania marketingowo-logistycznego 3. Model zarządzania marketingowo-logistycznego i koncepcja łańcucha wartości 4. Charakterystyka etapów zarządzania marketingowo-logistycznego 5. Zarządzanie przepływem zasobów produkcyjnych - zaopatrzenie w koncepcji marketingowo-logistycznej przedsiębiorstwa 6. Realizacja koncepcji wartości dodanej klienta w zarządzaniu marketingowo-logistycznym produkcją w przedsiębiorstwie 7. Dystrybucja jako cel zarządzania marketingowo-logistycznego i warunki utrzymania związków z klientami 8. Strategie marketingowo-logistyczne - uwarunkowania i koncepcje rozwoju rynkowego przedsiębiorstw 9. Kontrola przebiegu procesów w przedsiębiorstwie jako element zarządzania marketingowo-logistycznego 10. Rozwój koncepcji zarządzania marketingowo-logistycznego |   |   |              |  |            |       |

|   |  |  |                         |
|---|--|--|-------------------------|
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | Wymagana wiedza podstawowa obejmuje podstawy zarządzania organizacjami, marketing i logistyki.   |  |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)  | Próg zaliczeniowy  | Składowa oceny końcowej |
|   | egzamin i aktywność  | 51.0%  | 100.0%                  |
| Zalecana lista lektur   | Podstawowa lista lektur  | 1. Blaik P., Logistyczna. Koncepcja zintegrowanego zarządzania, PWN, Warszawa 2017 2. Wojciechowski T., Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem, Difin, Warszawa 2011 3. Harrison A., van Hoek R., Zarządzanie logistyką, PWE, Warszawa 2009 4. Matwiejczuk R., Zarządzanie marketingowo-logistyczne. Wartość i efektywność, Wydawnictwo CH Beck, Warszawa 2006 5. Christopher M., Peck H., Logistyka marketingowa, PWE, Warszawa 2005  |                         |
|   | Uzupełniająca lista lektur   | 1. Nowosielski T., Budowanie konkurencyjności usług logistycznych w obsłudze ładunków skonteneryzowanych, [w:] Transport morski w międzynarodowych procesach logistycznych, pod red. H. Salmonowicza, Wydawnictwo Zapol, Szczecin 2012 2. Mytlewski A., Nowosielski T., Schomburg J., Logistyczne uwarunkowania produkcji energii cieplnej z wykorzystaniem surowców odnawialnych. Case study przedsiębiorstw PERIG i EKOLOG, Gdańsk 2010 3. Nowosielski T., Infrastrukturalne uwarunkowania rozwoju logistyki morskiej, [w:] Funkcjonowanie systemów logistycznych, Prace Naukowe Wyższej szkoły Bankowej, 2/2009 |                         |
|   | Adresy eZasobów  |  |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | <p>Funkcjonowanie systemu logistyki i jego wpływ na sprawność przedsiębiorstwa.</p> <p>Rola systemu marketingu w kreowaniu wartości dodanej produktu.</p> <p>Kreowanie łańcucha wartości w przedsiębiorstwie.</p> <p>Innowacyjność w przedsiębiorstwach jako czynnik usprawniania sfery marketingowo-logistycznej.</p> |  |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy  |  |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.