



AKADEMIA MORSKA W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	MARKETING USŁUG
			w jęz. angielskim	SERVICES MARKETING

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Menedżer Innowacji
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	niestacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	egzamin

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	4					9	18		
Razem w czasie studiów						27			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Wiedza ogólna z podstaw marketingu.

Cele przedmiotu
Zapoznanie studentów z istotą i specyfiką marketingu usług oraz opanowanie umiejętności planowania działań marketingowych w usługach.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu usług.	K_W02, K_U01
EKP_02	zna i rozumie koncepcje marketingu stosowane w usługach.	K_W08, K_W12
EKP_03	potrafi pracować i współdziałać w grupie, koordynować jej działalność i podejmować właściwe decyzje.	K_K02, K_K08, K_K07
EKP_04	potrafi przeprowadzić analizę i przygotować projekt działań marketingowych.	K_U03, K_K02, K_K08, K_K07

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Istota marketingu usług - specyfika sfery usług, ewolucja marketingu, pojęcie marketingu usług, koncepcje marketingu usług.	1	1			EKP_01, EKP_03
Elementy systemu marketingu usług - otoczenie organizacji, rodzaje	1	2			EKP_02, EKP_03

marketingu w usługach.					
Marketing wewnętrzny - pojęcie, zakres (pozyskiwanie, doskonalenie i utrzymywanie pracowników), znaczenie w strukturze działań marketingowych w organizacjach usługowych.	1,5	4			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Marketing zewnętrzny - usługa jako produkt marketingowy, jakość usług, kształtowanie cen, sposoby dystrybucji usług, tradycyjne i nowoczesne działania promocyjne.	2	4			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Marketing relacji - znaczenie we współczesnych organizacjach usługowych, budowa relacji z klientami i innymi podmiotami otoczenia.	1,5	4			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Kierunki rozwoju marketingu w usługach.	2	3			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Łącznie godzin	9	18			

Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X					X			
EKP_02	X					X			
EKP_03						X			
EKP_04	X					X			

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie ćwiczeń: zaliczony projekt przygotowany w grupach (co najmniej 75% punktów z możliwych do zdobycia).
Zaliczenie wykładu: uzyskanie co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia z testu.
Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną: 50% T + 50% PG (T - ocena z testu, PG - ocena z projektu grupowego).
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9	18		
Czytanie literatury	15	15		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		16		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	10			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		15		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	5	6		
Łącznie godzin	41	70		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	111			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	4			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	70		3	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	40		1	

Literatura podstawowa
Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., <i>Marketing usług</i> , Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012
Daszkowska M., <i>Usługi. Produkcja, rynek, marketing</i> , Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1998
Iwankiewicz - Rak B., <i>Marketing w usługach. Przykłady zastosowań</i> , Wyd. WSB, Poznań 2011
Sobczyk G., <i>Marketing na rynku dóbr i usług</i> , Wyd. Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji, Lublin 2013
Literatura uzupełniająca
Kotler Ph., Keller K.L., <i>Marketing</i> , Dom Wydawniczy Rebis, Poznań, 2012
Żurawik W. (red.), <i>Marketing. Podstawy i kontrowersje</i> , Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2005
Rogoziński K., <i>Nowy marketing usług</i> , Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000
Furtak R., <i>Marketing partnerski na rynku usług</i> , PWE, Warszawa 2003
Czasopisma: "Marketing i Rynek", "Marketing w Praktyce", "Handel Wewnętrzny"

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
dr Grażyna Złotkowska	KEU
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Ewa Wyszowska-Wróbel	KEU