



**AKADEMIA MORSKA W GDYNI**  
**Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa**



**KARTA PRZEDMIOTU**

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>MARKETING USŁUG</b>
			w jęz. angielskim	<b>SERVICES MARKETING</b>

Kierunek	<b>Innowacyjna Gospodarka</b>
Specjalność	<b>Menedżer Innowacji</b>
Poziom kształcenia	<b>studia drugiego stopnia</b>
Forma studiów	<b>stacjonarne</b>
Profil kształcenia	<b>ogólnoakademicki</b>
Status przedmiotu	<b>obowiązkowy</b>
Rygor	<b>egzamin</b>

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	4	1	2			15	30		
<b>Razem w czasie studiów</b>						<b>45</b>			

<b>Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji</b>
Wiedza ogólna z podstaw marketingu.

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

<b>Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)</b>		
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	2	2			EKP_01, EKP_03,
Elementy systemu marketingu usług - otoczenie organizacji, rodzaje	2	4			EKP_02, EKP_03

marketingu w usługach.					
Marketing wewnętrzny - pojęcie, zakres (pozyskiwanie, doskonalenie i utrzymywanie pracowników), znaczenie w strukturze działań marketingowych w organizacjach usługowych.	3	6			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Marketing zewnętrzny - usługa jako produkt marketingowy, jakość usług, kształtowanie cen, sposoby dystrybucji usług, tradycyjne i nowoczesne działania promocyjne.	4	6			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Marketing relacji - znaczenie we współczesnych organizacjach usługowych, budowa relacji z klientami i innymi podmiotami otoczenia.	2	6			EKP_02, EKP_03, EKP_04
Kierunki rozwoju marketingu w usługach.	2	6			EKP_02, EKP_03, EKP_04
<b>Łącznie godzin</b>	<b>15</b>	<b>30</b>			

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	15	30		
Czytanie literatury	10	10		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		8		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	10			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		5		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	5	5		
<b>Łącznie godzin</b>	<b>42</b>	<b>58</b>		
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>100</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>4</b>			
	<b>Liczba godzin</b>		<b>ECTS</b>	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	58		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	57		2	

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</i> , marketing, 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"

<b>Osoba odpowiedzialna za przedmiot</b>	
dr Grażyna Złotkowska	KEU
<b>Pozostałe osoby prowadzące przedmiot</b>	
dr Ewa Wyszowska-Wróbel	KEU