

Nazwa przedmiotu		Komunikacja marketingowa				Kod ECTS	14.3.E.SZ.2207				
						Pkt.ECTS	4				
Jednostka prowadząca przedmiot		IHZ	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		MM;			
Nazwisko prowadzącego		dr Marcin Krzaczek									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	15	Ćwiczenia	15	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 SS1,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):					39	Semestr:		5,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):					61	Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:					100	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Marketing									
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza z zakresu marketingu - definicje pojęć, elementy marketingu mix: reklama, promocja, public relations, obsługa klienta, sponsoring, marketing online. Komunikatywna znajomość języka angielskiego, w tym pojęć business english.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Egzamin									
Kryteria oceny		Zaliczenie wykładów - test zaliczeniowy (90%), aktywność na zajęciach (10%). Zaliczenie ćwiczeń - projekt zaliczeniowy (25%), kolokwium (25%), aktywność na ćwiczeniach (30%), obecność na ćwiczeniach (20%).									
Cele przedmiotu											
Po zaliczeniu przedmiotu student powinien umieć:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>- wskazać elementy komunikacji marketingowej i opisać je;</li> <li>- wskazać elementy zarządzania marką i metody ich stosowania;</li> <li>- stworzyć zarys komunikacji marketingowej dla wybranej organizacji i uzasadnić swój wybór;</li> <li>- zbadać skuteczność i efektywność poszczególnych elementów komunikacji marketingowej;</li> </ul>											
Efekty uczenia się											
Wiedza	MSG1_W03	ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach i istotnych elementach struktur i instytucji ekonomicznych, w tym podmiotów gospodarczych i relacjach między nimi, w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej									
	MSG1_W04	ma uporządkowaną, podstawową wiedzę szczegółową z zakresu wybranej specjalności na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze									
	MSG1_W06	dysponuje podstawową i uporządkowaną wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa, w tym na rynku międzynarodowym									
	MSG1_W07	posiada podstawową wiedzę o człowieku, jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającym w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach, w tym również prowadząc indywidualną działalność gospodarczą									
	MSG1_W09	ma podstawową wiedzę na temat reguł i norm (prawnych, organizacyjnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje ekonomiczne (w szczególności te, które funkcjonują na rynku międzynarodowym) i rządzących nimi prawidłowościach, a także o ich źródłach, naturze i zmianach									
	MSG1_W11	ma wiedzę o poglądach na temat struktur i procesach zmian struktur i instytucji ekonomicznych (w szczególności tych, które funkcjonują na rynku międzynarodowym)									

		oraz o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian
	MSG1_W14	zna ograniczenia własnej wiedzy oraz umiejętności i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny; oraz potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób

**Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza**

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_W03	X						X	X	X		X
MSG1_W04	X						X	X	X		X
MSG1_W06	X						X	X	X		X
MSG1_W07	X						X	X	X		X
MSG1_W09	X						X	X	X		X
MSG1_W11	X						X	X	X		X
MSG1_W14	X						X	X	X		X

**Umiejętności**

MSG1_U02	umie wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)
MSG1_U07	potrafi identyfikować i analizować relacje występujące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami, wchodzącymi w skład otoczenia krajowego i międzynarodowego i posiada umiejętność ich rozumienia
MSG1_U08	potrafi wykorzystywać podstawowe metody i narzędzia, w tym narzędzia informatyczne i techniki pozyskiwania danych oraz narzędzia marketingowe w celu diagnozowania procesów gospodarczych i na tej podstawie podejmowania właściwych decyzji ekonomicznych
MSG1_U13	posiada umiejętność prezentowania własnego stanowiska, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych
MSG1_U16	ma umiejętności językowe w zakresie nauk ekonomicznych, właściwych dla kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego

**Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności**

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_U02	X						X	X	X		X
MSG1_U07	X						X	X	X		X
MSG1_U08							X	X	X		X
MSG1_U13							X	X	X		X
MSG1_U16							X	X	X		X

**Kompetencje**

MSG1_K05	potrafi efektywnie uczestniczyć w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych dotyczących funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych w warunkach postępującego umiędzynarodawiania działalności gospodarczej i rozwoju procesów integracyjnych
MSG1_K06	potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy

**Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje**

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_K05							X	X	X		X
MSG1_K06							X	X	X		X

**Treści programowe**
**1. Charakterystyka komunikacji marketingowej**

- cele
- funkcje
- strategie
- elementy
- odbiorcy

**2. Zarządzanie marką**

- pojęcie marki
- elementy zarządzania marką
- strategia budowy marki
- całościowa identyfikacja firmy

**3. Reklama**

- charakterystyka rynku reklamowego
- cele, funkcje i strategie reklamowe
- reklama w ujęciu tradycyjnym w obliczu dominacji nowych mediów
- reklama w nowych mediach
- ocena skuteczności i efektywności działań

**4. Promocja**

- charakterystyka i funkcje promocji
- promocja sprzedaży
- merchandising
- programy lojalnościowe

**5. Public Relations**

- cechy
- funkcje
- narzędzia
- sytuacje kryzysowe

**6. Sponsoring**

- charakterystyka
- cele i funkcje
- rodzaje
- narzędzia

**Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej**
**Literatura obowiązkowa:**

Komunikacja marketingowa, praca zbiorowa pod redakcją Macieja Rydla, ODDK, Gdańsk 2001;

Marketing: analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Philip Kotler, Felberg SJA, Warszawa 1999.



Literatura uzupełniająca:

Podręczny leksykon promocji: public relations, reklama, akwizycja, sales promotion (b.w.s.), merchandising, Maciej Rydel, GFKM, Gdańsk 1998;

Inbound marketing a skuteczna komunikacja marketingowa, Magdalena Brzozowska-Woś, Marketing i Rynek nr 8/2014, str. 39-45;

Sztuka gry na ludzkiej próżności, Marcin Krzaczek, Gazeta Bankowa, kwiecień 2010;

Raport Strategiczny - Internet 2017/2018 IAB, [www.iab.org.pl](http://www.iab.org.pl);

Zintegrowana komunikacja marketingowa. Nowe podejście - propozycja uporządkowania pojęć, Maciej Rydel, Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica nr 179/2004, cz. 1, s. 328-336;

Kontakt

[marcin.krzaczek@ug.edu.pl](mailto:marcin.krzaczek@ug.edu.pl),