

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
MARKETING USŁUG										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:			Wydział Zarządzania i Nauk Technicznych							
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:			Zarządzanie, pierwszy stopień							
Profil kształcenia:			ogólnoakademicki							
Nazwa specjalności:			-							
Rodzaj modułu uczenia się:			Przedmiot do wyboru							
Rok / Semestr:			Rok 1 sem 2							
Osoba koordynująca przedmiot:			Prof. Alfreda Kamińska							
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):			Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania przedmiotu Marketing							
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	50									50
Studia niestacjonarne	15									15
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			Prezentacje multimedialne, dyskusje, burza mózgów, case-study, metody problemowe, praca z literaturą, wykłady zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy							
Ćwiczenia										
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów kształcenia								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1.	Zna i rozumie ogólną metodologię badań w zakresie nauk ekonomicznych i społecznych								ZO1_W01 P6S_WG	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

2.	Zna i rozumie procesy zarządzania i wykorzystuje je w działalności organizacji	ZO1_W07 P6S_WG
3.	Zna i rozumie metody analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz wpływu oddziaływania otoczenia zewnętrznego na funkcjonowanie przedsiębiorstwa	ZO1_W10 P6S_WG
4.	Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu	ZO1_W11 P6S_WG
Umiejętności:		
1	Potrafi umiejętnie korzystać ze źródeł wiedzy związanych z procesami zarządzania	ZO1_U01 P6S_UW
2	Potrafi stosować w sposób kreatywny i innowacyjny wiedzę teoretyczną w wybranym obszarze funkcjonalnym organizacji	ZO1_U04 P6S_UW
3	Potrafi dokonać wyboru i wykorzystać współczesne techniki informacyjno-komunikacyjne w zarządzaniu	ZO1_U08 P6S_UW P6S_UK
4	Potrafi stosować narzędzia marketingowe w działalności organizacji	ZO1_U12 P6S_UW
Kompetencje społeczne:		
1	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	ZO1_K01 P6S_KK
2	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZO1_K06 P6S_KO
3	Jest gotów do pracy w zespole, przyjmując różne role i funkcje m.in. lidera, przywódcy, innowatora	ZO1_K06 P6S_KO
V. TREŚCI PROGRAMOWE UCZENIA SIĘ		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Charakterystyka usług. Pojęcie i cechy usług. Klasyfikacja usług. Geneza marketingu usług. Proces zakupu usługi.	ZO1_W01 ZO1_W07 ZO1_W10 ZO1_W11 ZO1_U06 ZO1_U01 ZO1_U04 ZO1_U08 ZO1_U12 ZO1_K01 ZO1_K06
2.	Segmentacja rynku usług. Charakterystyka podstawowych etapów segmentacji. Główne kryteria segmentacji. Wybór rynku docelowego. Pozycjonowanie usługi na wybranym rynku.	
3.	Narzędzia marketingowe w działalności usługowej (7 P). Marketingowa koncepcja struktury usługi. Metody ustalania cen. Strategie cen usług. Dystrybucja usług. Promocja jako system komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem. Personel jako instrument marketingu firmy usługowej. Rola świadectwa materialnego w	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

usługach. Usługa jako proces.				
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS (Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
ZO1_W01 ZO1_W07 ZO1_W10 ZO1_W11	Test pisemny, ocena prezentacji, aktywność podczas zajęć	wykład		
Umiejętności:				
ZO1_U01 ZO1_U04 ZO1_U08 ZO1_U12	Test pisemny, ocena prezentacji, aktywność podczas zajęć	wykład		
Kompetencje społeczne:				
ZO1_K01 ZO1_K06	Test pisemny, ocena prezentacji, aktywność podczas zajęć	wykład		
VII. . KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla modułu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz Student uzyskuje od 60 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz Student uzyskuje od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS			Obciążenie studenta	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II			50	15

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Egzamin/zaliczenie	1	1
Udział w konsultacjach	1	1
Projekt / esej		
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	28	43
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	20	40
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	4 pkt ECTS/ 100godz.	4 pkt ECTS/ 100godz.
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	50	15
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań	50	85
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu: A. Czubała, A. Jonas, T. Smoleń, J.W. Wiktor, Marketing usług, Wolters Kluwer, Kraków 2012		
Literatura uzupełniająca przedmiotu: N. Lake, K. Hickley, „Podręcznik obsługi klienta”, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2005. Marketing usług / Anna Czubała [et al.]. - Kraków : Oficyna Ekonomiczna - Wolters Kluwer, 2006. L. Białoń [red.] „Marketing w handlu”, Oficyna Wydawnicza WSM, Warszawa 2011. M. Johann, ‘Marketing usług’, WSM, Warszawa 2000.		
Inne materiały dydaktyczne: Czasopisma: „Marketing w Praktyce”, „Marketing i Rynek” Strony internetowe m. in.: https://marketingprzykawie.pl/		