

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

| I. ОБЩИЕ ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДМЕТЕ (МОДУЛЬ) | | | | | | | | | | |
|---|--|------------|---|-------------|------------|--------|---------|--------------|-------------------------------|------------------------|
| НАИМЕНОВАНИЕ ТОВАРА – Современные маркетинговые тенденции | | | | | | | | | | |
| Название организационного подразделения, ведущего курс: | | | Факультет управления и технических наук | | | | | | | |
| Наименование направления подготовки, уровень образования: | | | Орден I степени | | | | | | | |
| Профиль обучения: | | | Академияски | | | | | | | |
| Наименование специальности: | | | | | | | | | | |
| Тип учебного модуля: | | | На выбор | | | | | | | |
| Год/семестр: | | | гоколо 3/5 семестра | | | | | | | |
| Лицо, координирующее тему: | | | Станислав Марциняк | | | | | | | |
| Предпосылки (вытекающие из последовательности пунктов): | | | Знания, умения и навыки, приобретенные в результате преподавания существующих смежных предметов. | | | | | | | |
| II. ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ И КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ | | | | | | | | | | |
| | Лекция | Упражнение | Семинар | Лаборатория | Мастерская | Проект | Семинар | Консультация | Экзамен / Сдача | Общее количество часов |
| Очная форма обучения | 15 | 15 | | | | | | | | 30 |
| Заочная форма обучения | 10 | 10 | | | | | | | | 20 |
| III. МЕТОДИКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | | | | | | | | | | |
| Формы занятий | | | Дидактические методы | | | | | | | |
| Лекция | | | Мультимедийные презентации, дискуссии, мозговые штурмы, кейс-стади, методы анализа проблем, в основном причинно-следственные. | | | | | | | |
| Практиковал | | | Активационные методы, кейс, проект | | | | | | | |
| IV. ОБЪЕКТИВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ ОБУЧЕНИЯ И ОБЛАСТЯХ | | | | | | | | | | |
| Лп. | Описание рассматриваемых результатов обучения | | | | | | | | Ссылка на направленный эффект | |
| Знание: | | | | | | | | | | |
| 1 | Знает и глубоко понимает функции marketingu, развитие его парадигмы с течением времени в зависимости от организационного подразделения, которого он касается, и области его деятельности | | | | | | | | Z01_W01 | |
| 2 | | | | | | | | | P6S_WG | |
| 3 | | | | | | | | | Z01_W04 | |
| 4 | | | | | | | | | P6S_WG | |
| 3 | Досконально владеет разработкой концепции маркетинга и развитием его инструментов и методов исследования с течением времени. | | | | | | | | Z01_W05 | |
| 4 | Знает и глубоко понимает роль маркетинга в различных видах деятельности и его влияние на результативность и результативность реализуемых мероприятий. | | | | | | | | P6S_WG; P6S_WK | |
| | | | | | | | | | Z01_W10 | |
| | | | | | | | | | P6S_WG; P6S_WK | |

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No. 1 в Регламент No 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

| | Знает и глубоко разбирается в постмодернистских маркетинговых концепциях И понимает ВОЗМОЖНОСТИ их влияния на современные глобализационные и интеграционные процессы. | Z01_W14 P6S_WG; P6S_WK |
|---|--|---|
| Способности: | | |
| 1 | Умеет использовать методы И инструменты из области современного маркетинга И понимает их назначение и идею. | Z01_U01 P6S_UW Z01_U02 P6S_UK Z01_U04 P6S_UU |
| 2 | Способен самостоятельно высказываться ПО ЗАДАННОЙ ТЕМЕ В письменной И устной форме на заданную тему относительно развития маркетинга и форм маркетинга, функционирующих в настоящее время. | Z01_U05 P6S_UW |
| 3 | Понимает, как адаптировать методы маркетинга в соответствии с потребностями, и умеет делать это в экономической сфере. | Z01_U06 P6S_UW P6S_UK Z01_U08 P6S_UW Z01_U12 P6S_UW |
| Социальные компетенции: | | |
| 1 | Он готов свободно двигаться в области маркетинга, сознательно решает изменить методы работы и свое место в процедуре функционирования. | Z01_K01 |
| 2 | Он готов культивировать и распространять модели эффективного и результативного поведения в маркетинговой деятельности. | Z01_K06 |
| V. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ (ОБУЧЕНИЕ) | | |
| Лп. | Лекция | Ссылка на рассматриваемые результаты обучения |
| 1 | Развитие маркетинга во временном измерении. | Z01_W01 |
| 2 | Тренды менеджмента и маркетинга. | Z01_W04 Z01_W05 |
| 3 | Методы управления в современном маркетинге | Z01_W10 |
| 4 | Маркетинговый контроллинг как современный метод управления маркетингом | Z01_W14 Z01_U01 |
| 5 | Методы психологического и социологического исследования поведения рынка и клиентов/потребителей. | Z01_U02 Z01_U04 |
| 6 | Современные методы исследования экономического и политического рынка | Z01_U05 Z01_U06 |
| 7 | Постмодернистские концепции маркетинга. Инструменты современного маркетинга. | Z01_U08 Z01_U12 Z01_K01 |
| 8 | Многомерные перспективы развития современного маркетинга | Z01_K06 |

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

| Лп. | Упражнения/мастер-классы | Ссылка на рассматриваемые результаты обучения |
|-----|--|---|
| 1 | Развитие маркетинга во временном измерении. | |
| 2 | Тренды менеджмента и маркетинга. | Z01_W01 |
| 3 | Методы управления в современном маркетинге | Z01_W04 |
| 4 | Маркетинговый контроллинг как современный метод управления маркетингом | Z01_W05 |
| 5 | Методы психологического и социологического исследования поведения рынка и клиентов/потребителей. | Z01_W10 |
| 6 | Современные методы исследования экономического и политического рынка | Z01_W14 |
| 7 | Постмодернистские концепции маркетинга. Инструменты современного маркетинга. | Z01_U01 |
| 8 | Многомерные перспективы развития современного маркетинга | Z01_U02 |
| | | Z01_U04 |
| | | Z01_U05 |
| | | Z01_U06 |
| | | Z01_U08 |
| | | Z01_U12 |
| | | Z01_K01 |
| | | Z01_K06 |

VI. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

| Результаты обучения | Метод верификации | Форма занятий, в которых проверяется EUS (Результат обучения) |
|---|--|---|
| Знание: | | |
| Z01_W01 Z01_W04 Z01_W05 Z01_W10 Z01_W14 | Письменный тест, активность в обсуждении. Referat, prezentacja, activity on ajęciach. | Лекция/Учебные пособия |
| Способности: | | |
| Z01_U01 Z01_U02 Z01_U04 Z01_U05 Z01_U06 Z01_U08 Z01_U12 | Письменный тест, активность в обсуждении. Бумага, prejentacja, упражнение для классовch | Лекция/Учебные пособия |
| Социальные компетенции: | | |
| Z01_K01 | Письменный тест, активность в обсуждении. | Лекция/Учебные пособия |

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

| | |
|---------|---------------------------------------|
| Z01_K06 | Бумага, презентация, занятие в классе |
|---------|---------------------------------------|

VII. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОСТИГНУТЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

| Результаты обучения | Неудовлетворительная оценка Студент не знает и не понимает/не может/не готов: | Диапазон оценок 3,0-3,5 Студент знает и понимает /может/готов: | Диапазон оценок 4,0-4,5 Студент знает и понимает /может/готов: | Очень хорошая оценка Студент знает и понимает /может/готов: |
|---------------------------------|--|--|--|--|
| Для каждого результата обучения | Студент получает менее 50% от максимального количества баллов за заданный эффект | Учащийся получает от 50% до 59% от максимального количества баллов за данный эффект в 3 классе, а учащийся получает от 60% до 69% от максимального количества баллов за данный эффект в 3.5 классе | Учащийся получает от 70% до 79% от максимального количества баллов за данный эффект в 4 классе, а учащийся получает от 80% до 89% от максимального количества баллов за данный эффект в 4.5 классе | Студент получает максимум 8.9%. Lбаллов |

VIII. НАГРУЗКА СТУДЕНТА – КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ И БАЛАНС КРЕДИТОВ ECTS

| Вид деятельности ECTS | Студенческая нагрузка | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| | Учёба Стационарный | Заочная форма обучения |
| Участие в дидактических мероприятиях (лекции, упражнения, учебные пособия, проект, лаборатории, мастер-классы, семинары) – СУММА часов – с пункта II | 30 | 20 |
| Экзамен / Сдача | 1 | 1 |
| Участие в консультации | 1 | 1 |
| Проект / Эссе | | |
| Самостоятельная подготовка к дидактическим занятиям | 8 | 12 |
| Подготовка к прохождению урока | 10 | 20 |
| Общая нагрузка студентов (25 часов = 1 ECTS) ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО часов/ECTS | 2 кредита ECTS / 50 ч | 2 кредита ECTS / 50 ч |
| Нагрузка ученика на занятиях в непосредственном контакте с преподавателем | 30 | 20 |
| Нагрузка студентов на практических занятиях | | |
| Нагрузка студентов на занятиях практической профессиональной подготовки | | |
| Студенческая нагрузка на занятиях по подготовке к исследованиям | 20 | 30 |

IX. ЛИТЕРАТУРА И ДРУГИЕ ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Основная литература:

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

- Электронный маркетинг. Современные тенденции, Варшава 2020
- Котлер., Маркетинг, Варшава 2022

Дополнительная литература:

- Чубала А., Нестрой Р., Е. Пабиан А., М., Маркетинг на предприятии – операционный подход, Варшава 2020
- Плута-Охоланик М. , Маркетинг предприятий сферы услуг в процессе интернационализации, Варшава 2013
- Электронный маркетинг : современные тенденции : стартовый пакет / ред. наук. Ярослав Крулевский, Павел Сала. - Варшава : Wydawnictwo Naukowe PWN, cop. 2014.
- Маркетинг будущего: тренды, стратегии, инструменты. Маркетинговые стратегии городов и регионов / [ред. наук. Гражина Роза, Агнешка Смалек]. - Щецин : Научная пресса Щецинского университета, 2012
- Маркетинг будущего: тренды, стратегии, инструменты: маркетинговая ориентация органов местного самоуправления и государственных институтов / ред. наук. Агнешка Смалек. - Щецин : Научная пресса Щецинского университета, 2013.
- Białoń L., Zarządzanie marketingiem, Warszawa 2010
- Марциняк С., Контроллинг, Варшава 2008

Другие учебные материалы:

-