

<b>PRZEDMIOTY PODSTAWOWE</b>	nr w planie studiów	ECTS
<b>Marketing</b>	<b>13</b>	<b>2</b>

Profil kształcenia	<b>praktyczny</b>
Wydział / Kierunek	<b>Wychowanie Fizyczne / Sport</b>
Jednostka organizacyjna	<b>Zakład Organizacji i Historii Kultury Fizycznej</b>
Poziom studiów	<b>I<sup>o</sup></b>
Rok, semestr	<b>I rok, sem. 2</b>
Język wykładowy	<b>Polski/ angielski</b>
Tryb studiów	<b>stacjonarne</b>
Forma zajęć: wykłady / ćwiczenia	<b>15 / 15</b>
Forma zaliczenia	<b>Zo2, E2</b>
Charakter zajęć	<b>obligatoryjny</b>

### CELE PRZEDMIOTU

Przyswojenie wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu marketingu. Nabycie umiejętności projektowania i realizacji działań marketingowych w działalności organizacji

Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia	<b>Przedmiotowe efekty kształcenia w zakresie wiedzy (P_W), umiejętności (P_U) i kompetencji społecznych (P_S)</b>	Odniesienie do efektów obszarowych
K_W06	P_W01: Student zna podstawowe mechanizmy marketingowe wykorzystywane w organizacjach	M1_W08 M1_W12
K_W05	P_W02: Student potrafi dokonać charakterystyki procesów makro i mikroekonomicznych we współczesnym świecie	M1_W08 M1_W12
K_U04 K_U08	P_U01: Student potrafi przygotować plany odpowiednich działań marketingowych dla wybranych organizacji	M1_U03 M1_U07 M1_U08 M1_U09 M1_U10
K_U04 K_U08	P_U02: Student potrafi dokonać analizy i sformułować podstawowe wnioski dotyczące sytuacji marketingowej w skali makro i mikro dowolnej organizacji	M1_U03 M1_U07 M1_U08 M1_U09 M1_U10
K_K01 K_K04	P_S01: Student samodzielnie podejmuje decyzje dotyczące działań marketingowych	M1_K04 M1_K05 M1_K06 M1_K07
K_K05 K_K06	P_S02: Student potrafi współdziałać i pracować w grupie w ramach przygotowania projektów marketingowych w skali makro i mikro	M1_K02 M1_K04 M1_K05 M1_K06

### LITERATURA

podstawowa	Kotler P., Lane K.K. (2012) Marketing. Wyd. Rebis Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V. (2002) Marketing – podręcznik europejski. PWE, Warszawa Rosa G. (2011). Marketing. Materiały do ćwiczeń. Wyd. Beck
uzupełniająca	Cohen W. (2014). Drucker o marketingu. Wyd. Słowa i myśli Kotler P., Armstrong G. (2016). Marketing. Wprowadzenie. Wyd. Nieoczywiste