

## OPIS MODUŁU ZAJĘĆ/PRZEDMIOTU (SYLABUS)

### I. Informacje ogólne

1. Nazwa zajęć/przedmiotu – Marketing społeczno-gospodarczy
2. Kod zajęć/przedmiotu – 18-APiS3-23spged1
3. Rodzaj zajęć/przedmiotu (obowiązkowy lub fakultatywny) – obowiązkowy
4. Kierunek studiów – Gospodarka i ekonomia w dziejach, specjalność; Administracja publiczna i samorządność;
5. Poziom studiów (I lub II stopień, jednolite studia magisterskie) – I stopień
6. Profil studiów (ogólnoakademicki / praktyczny) – ogólnoakademicki
7. Rok studiów (jeśli obowiązuje) – II rok
8. Rodzaje zajęć i liczba godzin (np.: 15 h W, 30 h ĆW) –15 h Ćw;
9. Liczba punktów ECTS – 2
10. Imię, nazwisko, tytuł / stopień naukowy, adres e-mail wykładowcy (wykładowców\*) / prowadzących zajęcia – Lucyna Błażejczyk-Majka, prof. UAM dr hab., [majka@amu.edu.pl](mailto:majka@amu.edu.pl),
11. Język wykładowy – polski
12. Zajęcia / przedmiot prowadzony zdalnie (e-learning) (tak [częściowo/w całości] / nie) - nie

### II. Informacje szczegółowe

1. Cele modułu zajęć/przedmiotu

Przekazanie podstawowej wiedzy z zakresu marketingu, rozwinięcie zdolności krytycznej oceny znaczenia marketingu w różnych przejawach życia społeczno-gospodarczego, rozwinięcie zdolności rozróżnienia narzędzi i strategii w zależności od rodzaju instytucji, rozwinięcie umiejętności oceny strategii marketingowych w firmach komercyjnych i niekomercyjnych; przyjętych przez wybranych uczestników życia społeczno-gospodarczego, przygotowanie do zastosowania w praktyce zawodowej wiedzy z zakresu marketingu.

2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (jeśli obowiązują) **nie dotyczy**;
3. Efekty uczenia się (EU) dla zajęć i odniesienie do efektów uczenia się (EK) dla kierunku studiów:

Symbol EU dla zajęć/przedmiotu	Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia EU student/ka:	Symbole EK dla kierunku studiów
EU_01	Uzyskuje podstawową wiedzę z zakresu marketingu;	K_W02; K_W12; K_U12; K_K04;
EU_02	Rozumie i potrafi wyjaśnić istotę związków działalności marketingowej z kulturą, psychologią, historią lub socjologią;	K_W02; K_W05; K_W06; K_W12; K_U01; K_U09; K_U10; K_U12; K_K04;
EU_03	Rozumie znaczenie marketingu w różnych przejawach życia społeczno-gospodarczego;	K_W02; K_W05; K_W06; K_U01; K_U09; K_U10; K_U12; K_K04;
EU_04	Rozumie różnice w doborze narzędzi i strategii w zależności od rodzaju instytucji/produktu, którego zadanie marketingowe ma dotyczyć;	K_W02; K_W05; K_W06; K_U01; K_U09; K_U10; K_U12; K_K04;
EU_05	Posiada umiejętności wyjaśniania podstawowych zjawisk związanych z działalnością marketingową i przytaczania przykładów działalności marketingowej w firmach komercyjnych i niekomercyjnych;	K_W02; K_W05; K_W06; K_U01; K_U09; K_U10; K_U12; K_K02; K_K04; K_K07;
EU_06	Wykorzystuje zdobytą wiedzę do interpretacji i oceny strategii marketingowych, przyjętych przez wybranych uczestników życia społeczno-gospodarczego;	K_W02; K_W05; K_W06; K_U01; K_U09; K_U10; K_U12; K_K02;

	K_K04; K_K07;
--	---------------

4. Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się (EU) z odniesieniem do odpowiednich efektów uczenia się (EU) dla zajęć/przedmiotu

Treści programowe dla zajęć/przedmiotu:	Symbol EU dla zajęć/przedmiotu
Działalność marketingowa: główne pojęcia	EU_01; EU_03
Marketing instytucji komercyjnych	EU_01; EU_02; EU_03; EU_04; EU_05; EU_06;
Marketing instytucji niekomercyjnych	EU_01; EU_02; EU_03; EU_04; EU_05; EU_06;
Marketing społecznie zaangażowany	EU_01; EU_02; EU_03; EU_04; EU_05; EU_06;
Marketing terytorialny i regionalny	EU_01; EU_02; EU_03; EU_04; EU_05; EU_06;
Marketing polityczny	EU_01; EU_02; EU_03; EU_04; EU_05; EU_06;
Marketing w sferze kultury i edukacji	EU_01; EU_02; EU_03; EU_04; EU_05; EU_06;

5. Zalecana literatura:

- Florek M., Janiszewska K. (red.), *Marketing terytorialny: studia przypadków*, Poznań 2008
- Hall H., *Marketing w szkolnictwie*, Warszawa 2006
- Jabłoński A.W., Sobkowiak L. (red.), *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, Wrocław 2002
- Krzyżanowska M., *Marketing usług organizacji niekomercyjnych*, Warszawa 2000
- Limański A., Drabik I., *Marketing w organizacjach non-profit*, Warszawa 2007
- Michalski E., *Marketing. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2007
- Niemczyk A., *Marketing w sferze kultury. Wybrane problemy*, Kraków 2007

### III. Informacje dodatkowe

1. Metody i formy prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych EU (proszę wskazać z proponowanych metod właściwe dla opisywanych zajęć lub/i zaproponować inne)

Metody i formy prowadzenia zajęć	
	X
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	X
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Rozwiązywanie zadań (np.: obliczeniowych, artystycznych, praktycznych)	

Metoda ćwiczeniowa	
Metoda laboratoryjna	X
Metoda badawcza (dociekania naukowego)	
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	
Pokaz i obserwacja	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	
Inne (jakie?) -	
...	

2. Sposoby oceniania stopnia osiągnięcia EU (proszę wskazać z proponowanych sposobów właściwe dla danego EU lub/i zaproponować inne)

Sposoby oceniania	Symbole EU dla zajęć/przedmiotu					
	EU_01	EU_02	EU_03	EU_04	EU_05	EU_06
Egzamin pisemny						
Egzamin ustny						
Egzamin z „otwartą książką”						
Kolokwium pisemne						
Kolokwium ustne						
Test						
Projekt						
Esej						
Raport						
Prezentacja multimedialna	X	X	X	X	X	X
Egzamin praktyczny (obserwacja wykonawstwa)						
Portfolio						
Inne (jakie?) – frekwencja i aktywny udział w zajęciach	X	X	X	X	X	X
...						

3. Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15
Praca własna studenta*	Przygotowanie do zajęć	10
	Czytanie wskazanej literatury	10
	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	15

	Przygotowanie projektu	
	Przygotowanie pracy semestralnej	
	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	15
	Inne (jakie?) -	
	...	
SUMA GODZIN		65
LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA MODUŁU ZAJĘĆ/PRZEDMIOTU		2

\* proszę wskazać z proponowanych przykładów pracy własnej studenta właściwe dla opisywanego modułu lub/i zaproponować inne

#### 4. Kryteria oceniania wg skali stosowanej w UAM:

- bardzo dobry (bdb; 5,0):** bardzo dobra znajomość omawianych zagadnień; doskonała znajomość literatury przedmiotu; stała aktywność na zajęciach, perfekcyjne wykonanie prezentacji;
- dobry plus (+db; 4,5):** jak wyżej, z nieznacznymi niedociągnięciami w zakresie wiedzy sprawdzanej podczas prezentacji;
- dobry (db; 4,0):** dobra znajomość omawianych zagadnień; zadowalająca znajomość literatury przedmiotu; niesystematyczna aktywność na zajęciach, dobre wykonanie prezentacji;
- dostateczny plus (+dst; 3,5):** zadowalająca znajomość omawianych zagadnień; przeciętna znajomość literatury przedmiotu; przeciętna aktywność podczas ćwiczeń, przeciętne wykonanie prezentacji;
- dostateczny (dst; 3,0):** wybiórcza znajomość zasadniczych zagadnień omawianych podczas zajęć, braki w lekturze; słaba aktywność podczas ćwiczeń, przeciętne wykonanie prezentacji
- niedostateczny (ndst; 2,0):** niezadowalająca znajomość zagadnień realizowanych w trakcie zajęć; niezajomość lektur; brak aktywności podczas ćwiczeń, niewykonanie prezentacji.