

Karta Modułu Kształcenia

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Witelona w Legnicy Wydział Nauk Technicznych i Ekonomicznych					
Kierunek studiów:			Finanse Rachunkowość i Podatki		
Poziom kształcenia:			Studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia:			Praktyczny		
Forma studiów:			Stacjonarne, niestacjonarne		
Nazwa modułu kształcenia:			Marketing relacji		
Rodzaj modułu kształcenia:			Wykład do wyboru		
Sposób realizacji modułu:			Zajęcia kontaktowe		
Rok studiów	Semestr	ECTS	Formy zajęć i liczba godzin w planie studiów	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
2	5	2	Wykład	30	12

Cele kształcenia:

Cel1: Poznanie terminologii stosowanej w marketingu.

Cel2: Rozumienie istoty marketingu relacji.

Cel3: Nabycie umiejętności identyfikowania i analizy problemów z zakresu marketingu relacji.

Wymagania wstępne zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

Brak

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

Kod efektu	Zakres efektu	Opis efektu
EK1	Wiedza	Student posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu teorii marketingu relacji (definicje koncepcji, elementy, warunki wdrażania, efekty, wady i zalety)
EK2	Umiejętności	Student zna i rozumie rolę tworzenia i utrzymywania relacji i w działalności rynkowej przedsiębiorstwa

Treści programowe

Forma zajęć: wykład		Liczba godzin	
Kod	Tematyka zajęć	studia stacjonarne	studia niestacjonarne
w1	Rola marketingu w działalności przedsiębiorstwa	4	1
w2	Marketing relacji jako nowa koncepcja funkcjonowania przedsiębiorstwa na współczesnym rynku	4	2
w3	Przedsiębiorstwo i konsument jako strony relacji	4	1
w4	Modele marketingu relacji	4	2
w5	Lojalność klientów i jej znaczenie w marketingu relacji	4	1
w6	CRM (Customer Relationship Management) - koncepcja i zastosowanie	4	2
w7	Uwarunkowania i praktyczne implikacje relacji na rynku przedsiębiorstw usługowych	4	2
w8	Kolokwium zaliczeniowe	2	1

Metody kształcenia (narzędzia dydaktyczne):

MK1: Wykład - prezentacja multimedialna

Zasady oceniania zajęć:

Ogólne zasady zaliczania zajęć

Zaliczenie zajęć może odbywać się zarówno w formie pisemnej jak i ustnej. Praca pisemna powinna być udostępniona studentowi na jego życzenie, a prowadzący musi ją przechowywać przez okres jednego roku lub do zaliczenia kierunkowego efektu kształcenia.

Warunki otrzymania oceny pozytywnej

Student powinien

- przynajmniej dostatecznie poznać i zrozumieć podstawową wiedzę zawartą w literaturze podstawowej
- przynajmniej dostatecznie opanować wszelkie umiejętności przewidziane programem przedmiotu,
- wykazać przynajmniej dostateczną umiejętność obserwowania i analizowania otaczających zjawisk, zwłaszcza tych, z którymi jako absolwent będzie miał styczność w praktycznej działalności,

Kryteria oceniania:

Prowadzący ustala kryteria oceniania i przedstawia studentom na pierwszych zajęciach. Zasady zaliczenia są zgodne z Regulaminem Studiów; w szczególności musi być spełniony wymóg dotyczący stopnia opanowania programu: 50-59% - ocena dostateczna, 60-69% - ocena dostateczna plus, 70-79% - ocena dobra, 80-89% - ocena dobra plus, powyżej 90% - ocena bardzo dobra.

Sposób weryfikacji efektów kształcenia:

Ocena formująca:

OF1: wykład – studia przypadków analizowane na wykładach

Ocena podsumowująca:

OP1: wykład - test

Całkowity nakład pracy studenta:

Nakład pracy studenta	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Łączna liczba godzin pracy studenta:	50	
Liczba godzin kontaktowych (realizowana podczas zajęć):	30	12
Liczba godzin poświęconych na samokształcenie oraz przygotowanie do zajęć:	10	25
Liczba godzin poświęconych na przygotowanie do zaliczenia modułu:	10	13
Łączna liczba punktów ECTS:	2	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia kontaktowe (1):	1	1
Procent programu modułu realizowany podczas zajęć z nauczycielem (2):	70 %	nie dotyczy

(1) Należy podać całkowitą liczbę punktów ECTS.

(2) Dotyczy tylko studiów stacjonarnych; minimalna wartość jest równa udziałowi liczby godzin kontaktowych w łącznej liczbie godzin pracy studenta.

Tabela odniesień dla modułu kształcenia:

Efekt kształcenia	Odniesienie do efektu kierunkowego	Cele kształcenia	Treści programowe	Metody kształcenia	Sposób weryfikacji efektów kształcenia
EK1	K1F_W01	Cel1	w1-w7	MK1	OF1, OP1
EK2	K1F_U01	Cel2,Cel3	w1-w7	MK1	OF1,OP1

Literatura podstawowa

1. Otto J.: *Marketing relacji*, CH Beck, Warszawa 2004
2. Fonfara K.: *Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2013
3. Radkowska J., Radkowski K.: *Marketing usług w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju PWSZ im. Witelona w Legnicy, Legnica 2006

Literatura uzupełniająca:

1. Furtak R.: *Marketing partnerski na rynku usług*, PWE Warszawa 2005
2. Mitrega M.: *Marketing relacji*, CeDEeWu Warszawa 2005

Nazwiska osób prowadzących moduł: dr Jolanta Radkowska

Autorzy programu: dr Jolanta Radkowska