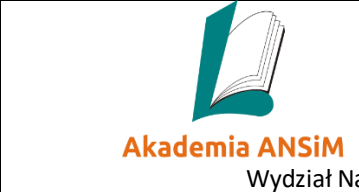


I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)	
1. Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do nauki o Ziemi i Kosmosie
2. Kod przedmiotu	010101
3. Rodzaj przedmiotu	Podstawowy
4. Poziomienie przedmiotu	1
5. Liczba godzin wykładu	16
6. Liczba godzin ćwiczeń	16
7. Liczba godzin zajęć laboratoryjnych	0
8. Liczba godzin zajęć dydaktycznych	32
9. Liczba godzin zajęć innych	0
10. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
11. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
12. Liczba godzin zajęć innych	0
13. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
14. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
15. Liczba godzin zajęć innych	0
16. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
17. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
18. Liczba godzin zajęć innych	0
19. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
20. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
21. Liczba godzin zajęć innych	0
22. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
23. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
24. Liczba godzin zajęć innych	0
25. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
26. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
27. Liczba godzin zajęć innych	0
28. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
29. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
30. Liczba godzin zajęć innych	0
31. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
32. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
33. Liczba godzin zajęć innych	0
34. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
35. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
36. Liczba godzin zajęć innych	0
37. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
38. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
39. Liczba godzin zajęć innych	0
40. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
41. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
42. Liczba godzin zajęć innych	0
43. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
44. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
45. Liczba godzin zajęć innych	0
46. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
47. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
48. Liczba godzin zajęć innych	0
49. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
50. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
51. Liczba godzin zajęć innych	0
52. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
53. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
54. Liczba godzin zajęć innych	0
55. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
56. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
57. Liczba godzin zajęć innych	0
58. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
59. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
60. Liczba godzin zajęć innych	0
61. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
62. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
63. Liczba godzin zajęć innych	0
64. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
65. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
66. Liczba godzin zajęć innych	0
67. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
68. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
69. Liczba godzin zajęć innych	0
70. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
71. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
72. Liczba godzin zajęć innych	0
73. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
74. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
75. Liczba godzin zajęć innych	0
76. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
77. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
78. Liczba godzin zajęć innych	0
79. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
80. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
81. Liczba godzin zajęć innych	0
82. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
83. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
84. Liczba godzin zajęć innych	0
85. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
86. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
87. Liczba godzin zajęć innych	0
88. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
89. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
90. Liczba godzin zajęć innych	0
91. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
92. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
93. Liczba godzin zajęć innych	0
94. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
95. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
96. Liczba godzin zajęć innych	0
97. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
98. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
99. Liczba godzin zajęć innych	0
100. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
101. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
102. Liczba godzin zajęć innych	0
103. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
104. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
105. Liczba godzin zajęć innych	0
106. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
107. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
108. Liczba godzin zajęć innych	0
109. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
110. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
111. Liczba godzin zajęć innych	0
112. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
113. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
114. Liczba godzin zajęć innych	0
115. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
116. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
117. Liczba godzin zajęć innych	0
118. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
119. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
120. Liczba godzin zajęć innych	0
121. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
122. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
123. Liczba godzin zajęć innych	0
124. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
125. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
126. Liczba godzin zajęć innych	0
127. Liczba godzin zajęć ogólnych	0
128. Liczba godzin zajęć specjalnych	0
129. Liczba godzin zajęć innych	0
130. Liczba godzin zajęć ogólnych</	

Marketing niekomercyjny

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:



Akademia Nauk Stosowanych

Wzrost Społecznych

Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	<i>Zarządzanie - studia II stopnia</i>
---	--

<p>Profil kształcenia:</p>

Nazwa specjalności:	Marketing
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	specjalnościowy, do wyboru, związany z praktycznym

Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)

Rok / Semestr:	II / 3
-----------------------	--------

Osoba koordynująca przedmiot:

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa	Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania
---	--

przedmiotów):

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	matematika	ekonomi	Konwersatori	biologi	linguistik	geografi	politik	Suma
--	------------	---------	--------------	---------	------------	----------	---------	------

	Wykład	Cwiczenia	um	Laboratorium	Warsztaty	Seminarium	Praktyki	godzin
Studia stacjonarne								
Studia niestacjonarne	20							100

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne
Wykład	Wykład multimedialny z case study, zadania problemowe,

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU OBSZARÓW	
---	--

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego
-----	---	------------------------------------

Wiedza:	
---------	--

P_W01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu genezę nauk o zarządzaniu i ich rozwój w kontekście rozwoju gospodarczego i w relacji do innych nauk społecznych	Z2P_W01 Z2P_W02
P_W02	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu relacje między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej	Z2P_W04 Z2P_W05
P_W03	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa i relacje między nimi, także w powiązaniu z własnymi doświadczeniami w środowisku pracy	Z2P_W04 Z2P_W05

Umiejętności:	
---------------	--

P_U01	Potrafi stosować wiedzę specjalistyczną do współpracy z innymi obszarami funkcjonalnymi w typowych sytuacjach profesjonalnych	Z2P_U01 Z2P_U02
P_U02	Potrafi dokonywać obserwacji zjawisk i procesów w organizacji oraz ich opisu, analizy i interpretacji stosując podstawowe ujęcia i pojęcia teoretyczne	Z2P_U07
P_U03	Potrafi identyfikować zasady i kryteria służące rozwiązaniu problemów organizacji	Z2P_U013
P_U04	Potrafi dostrzegać potrzeby zmian w organizacji i opracowywać plan zarządzania zmianami	Z2P_U10
P_U05	Potrafi interpretować wybrane problemy współczesnej gospodarki i biznesu w świetle dorobku i poglądów autorytetów ekonomii i naukowego zarządzania	Z2P_U07

Kompetencje społeczne:

P_K01	Jest gotów do uczestniczenia w budowaniu projektów społecznych rozmaitej natury, objaśniając aspekty ekonomiczne i zarządcze przedsięwzięć.	Z2P_K03 Z2P_K05
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T1	Synteza marketingowej orientacji w biznesie.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T2	Towar i usługa biznesowa versus przedmiot działań marketingowych poza biznesem.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T3	Podstawowe kategorie marketingu poza biznesem.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T4	Marketing terytorialny, w tym „national branding”.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T5	Marketing polityczny.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T6	Marketing religii.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T7	Marketing społeczny.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T8	Marketing osobisty.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T9	Marketing sportowy.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03 P_U04, P_U05 P_K01
T10	Możliwości wykorzystania dorobku marketingu poza biznesem dla działań biznesowych.	P_W01, P_W02 P_W03, P_U01 P_U02, P_U03

		P_U04, P_U05 P_K01		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji		Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	
Wiedza:				
P_W01	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
P_W02	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
P_W03	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
Umiejętności:				
P_U01	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
P_U02	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
P_U03	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
P_U04	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
P_U05	Zadanie projektowe – strategia marketingowa		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
Kompetencje społeczne:				
P_K01	Obserwacja pracy studenta w zadaniu.		T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,T9, T10	
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna, nie rozumie, nie potrafi, nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna, rozumie, potrafi, jest gotów	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna, rozumie, potrafi, jest gotów	Ocena bardzo dobra Student zna, rozumie, potrafi, jest gotów
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 51 do 60% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz Student uzyskuje od 61 do 70% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 71 do 80% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz Student uzyskuje od 81 do 90% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	Student uzyskuje powyżej 91% max. liczby punktów dla danego efektu
Forma zaliczenia części ćwiczeniowej – projekt, zadanie Opracowane projekty oceniane są w oparciu o następującą skalę punktową: 0-50% pkt – ocena niedostateczna (2,0), 51-60% pkt – ocena dostateczna (3,0), 61-70% pkt – ocena dostateczna plus (3,5), 71-80% pkt – ocena dobra (4,0), 81-90% pkt – ocena dobra plus (4,5), 91-100% pkt – ocena bardzo dobra (5,0).				
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,			20	

laboratoria, warsztaty, seminaria)		
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		40
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		40
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		100 / 4,0
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		20 / 0,8
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		100/4,0
Obciążenie studenta w ramach zajęć do wyboru		100/4,0
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu: Sroka K., Marketing i analityka biznesowa dla początkujących, Gliwice, Onepress, Gliwice, 2023 Czubała A., Niestrój R., Marketing w przedsiębiorstwie – ujęcie operacyjne, PWE, 2020 Garbarski L., Krzyżanowska M., Marketing: sztuka konkurowania i współpracy, Warszawa 2023. Literatura uzupełniająca przedmiotu: Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., Marketing 6.0: przyszłość jest immersyjna, Warszawa 2024. Modzelewska W., Internet możliwości: o tym jak wypromować firmę i zarabiać więcej, pracując mniej, Gliwice 2023.		
Inne materiały dydaktyczne: – Materiały prowadzącego		