

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0915.4.DI2.B/C.MwD	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	<i>Marketing w dietetyce</i>
	angielskim	<i>Marketing in dietetics</i>

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dietetyka
1.2. Forma studiów	Stacjonarne/niestacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia II stopnia
1.4. Profil studiów	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Prof. dr hab. Jarosław Karpacz
1.6. Kontakt	jaroslaw.karpacz@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	Polski
2.2. Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z przedsiębiorczości.

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Wykład/ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Przedmiot realizowany w sali dydaktycznej UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną/zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Wykład: audytoryjny. Ćwiczenia: ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem studium przypadku.	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> Pizło, W, Mazurkiewicz-Pizło A. Marketing. Wiedza ekonomiczna i umiejętność działania na rynku. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017. Kotler P, Kartajaya H, Setiawan I. Marketing 5.0. Technologie Next Tech. Warszawa, MT Biznes, 2021. Glinka B, Czakon W, Podstawy badań jakościowych, PWE, Warszawa, 2021.
	uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> Dib A. The 1-Page Marketing Plan: Get New Customers, Make More Money, And Stand Out From The Crowd. Page Two Books, Inc., Vancouver, 2018. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page, London, 2019. Iacobucci D. Marketing Research: Methodological Foundations, 12th edition, Createspace Independent Publishing Platform; Edictal Illustrated, 2018.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

<p>4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład: C1. Przekazywanie wiedzy nt. podstawowych uwarunkowań w zakresie prowadzenia działalności marketingowej w sektorze produktów i usług dietetycznych C2. Przekazywanie wiedzy nt. zdolności do prowadzenia działalności marketingowych w praktyce. C3. Przekazywanie wiedzy nt. społecznych celów działalności marketingowej w sektorze produktów i usług dietetycznych. Ćwiczenia: C1. Kształtowanie umiejętności z zakresu technik i narzędzi planowania i zarządzania marketingowego. C2. Kształtowanie umiejętności z planowania i zarządzania działaniami marketingowymi w sektorze produktów i usług dietetycznych. C3. Kształtowanie umiejętności z orientacji marketingowej w działalności podmiotów sektora produktów i usług dietetycznych.</p>
<p>4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład: <ol style="list-style-type: none"> Istota marketingu we współczesnym środowisku społecznym i gospodarczym. Zachowania konsumentów. Badania marketingowe. Analiza strategiczna organizacji. Produkt, cena, dystrybucja i promocja w koncepcji marketingu. Model e-biznesu. Programy lojalnościowe i motywacyjne. Marketing relacji. </p>

Ćwiczenia:

1. Główne wyznaczniki zachowań konsumenta (potrzeby, motyw).
2. Determinanty zachowań konsumentów. Decyzje konsumenckie.
3. Proces podejmowania decyzji zakupu produktów i usług dietetycznych.
4. Nowe podejście do komunikacji. Zmiany w zachowaniu konsumentów.
5. Typy rozwiązań e-handlu, m-commerce, social commerce, pośrednicy online.
6. Analiza potrzeb, problemów, doświadczenia klienta (value proposition).
7. Badania ilościowe i jakościowe w sektorze produktów i usług dietetycznych – dobór narzędzi.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Student zna podstawowe uwarunkowania w zakresie prowadzenia działalności marketingowej w sektorze produktów i usług dietetycznych.	DI2P_W04
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Student potrafi korzystać z technik i narzędzi planowania i zarządzania marketingowego.	DI2P_U10
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Student ma świadomość znaczenia orientacji marketingowej w działalności podmiotów sektora produktów i usług dietetycznych.	DI2P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)												
	Kolokwium			Aktywność na zajęciach			Praca w grupie						
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć						
	W	C	...	W	C	...	W	C
W01	+	+			+			+					
U01	+	+			+			+					
K01		+			+			+					

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
Wykład (W)	3	Uzyskanie 61-68% maksymalnej liczby punktów z kolokwium w formie testu kontrolnego.
	3,5	Uzyskanie 69-76% maksymalnej liczby punktów z kolokwium w formie testu kontrolnego.
	4	Uzyskanie 77-84% maksymalnej liczby punktów z kolokwium w formie testu kontrolnego.
	4,5	Uzyskanie 85-92% maksymalnej liczby punktów z kolokwium w formie testu kontrolnego.
	5	Uzyskanie 93-100% maksymalnej liczby punktów z kolokwium w formie testu kontrolnego.
Ćwiczenia (C)	3	Uzyskanie 61-68% maksymalnej liczby punktów z kolokwium, pracy w grupie oraz aktywności na zajęciach.
	3,5	Uzyskanie 69-76% maksymalnej liczby punktów z kolokwium, pracy w grupie oraz aktywności na zajęciach.
	4	Uzyskanie 77-84% maksymalnej liczby punktów z kolokwium, pracy w grupie oraz aktywności na zajęciach.
	4,5	Uzyskanie 85-92% maksymalnej liczby punktów z kolokwium, pracy w grupie oraz aktywności na zajęciach.
	5	Uzyskanie 93-100% maksymalnej liczby punktów z kolokwium, pracy w grupie oraz aktywności na zajęciach.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	25	20
Udział w wykładach	15	10
Udział w ćwiczeniach	10	10

<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	25	30
<i>Przygotowanie do wykładu</i>	10	15
<i>Przygotowanie do ćwiczeń</i>	15	15
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2	2

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....