

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	- 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	- 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

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.
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład: - 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.

Ćwiczenia:
1. Główne wyznaczniki zachowań konsumenta (potrzeby, motywy).
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

<i>Udział w ćwiczeniach</i>	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)

.....