

<b>1. Field of study</b>	<b>Entrepreneurship Studies</b>
2. Faculty	Faculty of Law and Administration
3. Academic year of entry	2019/2020 (winter term), 2020/2021 (winter term), 2021/2022 (winter term), 2022/2023 (winter term), 2023/2024 (winter term)
4. Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5. Degree profile	general academic
6. Mode of study	full-time

**Module:** Marketing relacji

**Module code:** zewn\_n2\_11

**1. Number of the ECTS credits:** 2

<b>2. Learning outcomes of the module</b>			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
zewn_n2_11_1	Ma pogłębioną wiedzę prawniczą i ekonomiczną dotyczącą zarządzania przedsiębiorstwem	K_W02	2
zewn_n2_11_2	Prognozuje i interpretuje zjawiska społeczne, polityczne, ekonomiczne i kulturowe związane z działalnością gospodarczą.	K_U02	4
zewn_n2_11_3	Posiada umiejętność oceny wydarzeń i ich następstw w kontekście prowadzonej działalności gospodarczej – potrafi dokonać ich interpretacji z uwzględnieniem zasad logiki i analizy rynkowej	K_U03	3
zewn_n2_11_4	Jest przygotowany do wykonywania funkcji organizatora przedsiębiorczości, potrafi kierować zespołami i przedsięwzięciami, proponować ich kształt programowy, organizacyjny i prawny, zna techniki negocjacyjne i metody podejmowania decyzji.	K_K03	5

### **3. Module description**

<b>Description</b>	<p>Moduł Marketing relacji ma na celu zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami koncepcji marketingu relacji i możliwościami realizacji różnych strategii jej realizacji. Przewiduje się realizację następujących treści programowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a.Koncepcja marketingu relacji</li> <li>b.Usluga jako wartości dla klienta</li> <li>c.Proces budowy wartości dla klienta</li> <li>d.Relacje i ich typologia</li> <li>e.CRM – zasady i sposoby realizacji</li> <li>f.Nowe trendy w zachowaniach rynkowych</li> <li>g.Lojalność – koncepcja i narzędzia realizacji</li> <li>h.Programy lojalnościowe</li> <li>i.Inne narzędzia koncepcji marketingu relacji</li> <li>j.Efektywności działań marketingowych</li> </ul>
--------------------	---

<b>Prerequisites</b>	Podstawy marketingu
----------------------	---------------------

#### 4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
zewn_n2_11_w_1	Zaliczenie	weryfikacja znajomości treści zajęć na podstawie egzaminu pisemnego (test)	zewn_n2_11_1
zewn_n2_11_w_2	Studia przypadków	Rozwiązywanie w grupach specyficznych studiów przypadków odnoszących Se sytuacji rynkowych przedsiębiorstw	zewn_n2_11_2, zewn_n2_11_3, zewn_n2_11_4

#### 5. Forms of teaching

code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
zewn_n2_11_fs_1	lecture	wykład prezentujący treści wymienione w opisie modułu zilustrowany wieloma przykładami (studium przypadku)	30	samodzielne studiowanie wykładów i przygotowanie do rozwiązania studium przypadku	20	zewn_n2_11_w_1, zewn_n2_11_w_2