

KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Opis przedmiotu

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	NOWOCZESNE FORMY SPRZEDAŻY PRODUKTÓW BANKOWYCH		
E/O/II/NST/B.2			MODERN FORMS OF SELLING BANKING PRODUCTS		
Język wykładowy		Polski			
Rok akademicki		2025/2026			
Kierunek		Ekonomia			
w zakresie		-			
Poziom studiów		studia drugiego stopnia			
Profil studiów		ogólnoakademicki			
Forma studiów		studia niestacjonarne			
Semestr / semestry		3			
Przynależność do grupy zajęć		Grupa przedmiotów kierunkowych do wyboru			
Status przedmiotu		Obieralny			
Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS		Forma zajęć	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Liczba punktów ECTS	
		Wykład	[h]	2 ECTS	
		Ćwiczenia	[h]		
		Konwersatorium	15 [h]		
Powiązanie przedmiotu	z profilem studiów	Związany z prowadzoną działalnością naukową w dyscyplinie ekonomia i finanse			1,5 ECTS
	z uprawnieniami	----- -			ECTS
	z dyscypliną	Ekonomia i finanse			2 ECTS
Forma nauczania		tradycyjna- zajęcia zorganizowane w Uczelni/ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			
Wymagania wstępne		Bez wstępnych wymagań			
Jednostka prowadząca		Katedra Polityki Ekonomicznej i Bankowości			
Koordynator		dr Ireneusz Pszczółka			
Adres strony internetowej pjo		http://weif.uniwersytetradom.pl			
Adres e-mail, telefon koordynatora		i.pszczolka@urad.edu.pl; (48) 361-74-75			

EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Cel kształcenia:	Celem zajęć z przedmiotu jest zapoznanie studentów z zaawansowanymi problemami z zakresu marketing instytucji finansowych ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnego podejścia do dystrybucji w kontekście wzrostu znaczenia bankowości elektronicznej i wirtualnej w Polsce i na świecie.
Treści programowe:	<p>Treści zajęć są powiązane z prowadzonymi badaniami naukowymi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Istota marketingu instytucji finansowych <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Pojęcie marketingu bankowego. Przegląd koncepcji marketing mix. 1.2. Etapy rozwoju marketingu w instytucjach finansowych. 1.3. Warunki stosowania marketingu. 1.4. Produkt bankowy/finansowy – jego unikalne cechy i rodzaje. 1.5. Cykl życia produktu bankowego 1.6. Polityka cenowa instytucji finansowych. 1.7. Polityka promocji instytucji finansowych. 1.8. Dystrybucja produktów finansowych. Miejsce dystrybucji w marketingu mix. 1.9. Potrzeby klientów w zakresie dystrybucji. 1.10. Rodzaje kanałów dystrybucji produktów finansowych i czynniki determinujące wybór kanału dystrybucji produktów finansowych. 2. Bankowość wirtualna i elektroniczna <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Istota i pojęcie bankowości elektronicznej i wirtualnej. 2.2. Geneza rozwoju bankowości wirtualnej w Polsce i na świecie. 3. Fazy rozwoju bankowości elektronicznej i wirtualnej <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Charakterystyka faz rozwoju bankowości elektronicznej i wirtualnej. 3.2. Główne cechy poszczególnych faz i bariery rozwoju. 3.3. Uwzględnieniem w projektowaniu elektronicznych kanałów dystrybucji potrzeb osób niepełnosprawnych, seniorów, osób wykluczonych cyfrowo. 3.4. Dobre praktyki obsługi osób z niepełnosprawnościami przez bank. 4. Najbardziej popularne elektroniczne kanały dystrybucji usług bankowych 5. Banki wirtualne w Polsce i na świecie – historia zmian 6. Perspektywy rozwoju detalicznej bankowości elektronicznej <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Potrzeby klientów detalicznych na rynku bankowości elektronicznej w Polsce. 6.2. Czynniki rozwoju detalicznego rynku bankowości elektronicznej w Polsce (ekonomiczno-technologiczne, demograficzno-edukacyjne, psychospołeczne, instytucjonalno-prawne).
Metody dydaktyczne (kształcenia):	Wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem technik multimedialnych, metoda przypadków, metoda projektu, dyskusja dydaktyczna.
Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej:	<p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich wymaganych efektów uczenia się określonych dla przedmiotu.</p> <p>Na ocenę końcową z przedmiotu składają się:</p> <ul style="list-style-type: none"> • projekt i jego prezentacja - analityczne opracowanie wybranego zagadnienia z zakresu marketingu i sprzedaży produktów bankowych - 30% • kolokwium – pytania otwarte – 70% <p>Ocena końcowa z konwersatorium zostanie wystawiona zgodnie z zasadą:</p> <p>50% punktacji lub mniej – niedostateczny (2) (50 – 60) % – dostateczny (3) (60 – 70) % – dostateczny plus (3+) (70 – 80) % – dobry (4) (80 – 90) % – dobry plus (4+) (90 – 100) % – bardzo dobry (5)</p> <p>Szczegółowe zasady oraz uprawnienia studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością i przewlekłe chorych w zakresie uczestniczenia, przeprowadzania zaliczeń i egzaminów są określone w: Regulaminie studiów, Zasadach studiowania, Procedurze zapewnienia dostępności procesu kształcenia studentom ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością i przewlekłe chorych.</p>

Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć				Metody weryfikacji efektów uczenia się	
Numer efektu uczenia się	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU) Student, który zaliczył przedmiot (W) zna i rozumie/ (U) potrafi / (K) jest gotów do:	Kierunkowy efekt uczenia się (KEU)	Forma zajęć	Forma weryfikacji (zaliczeń)	Metody sprawdzania i oceny
W1	Zna i rozumie metody i narzędzie polityki dystrybucji oraz zasady funkcjonowania i budowania nowoczesnych kanałów dystrybucji banków komercyjnych oraz rozumie relacje panujące pomiędzy stronami polityki dystrybucji	K_W01	Konwersatorium	Zaliczenie na ocenę	kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji
W2	Zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne oraz etyczne uwarunkowania funkcjonowania banków oraz istotę prowadzonych przez nie operacji poprzez nowoczesne kanały dystrybucji, w tym przy wykorzystaniu kanałów kluczowych z punktu widzenia ich rozwoju.	K_W05	Konwersatorium	Zaliczenie na ocenę	kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji
U1	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z nowoczesnych form sprzedaży produktów bankowych do identyfikowania, interpretowania i wyjaśniania złożonych zjawisk i procesów ekonomicznych i finansowych oraz relacji między nimi.	K_U01	Konwersatorium	Zaliczenie na ocenę	kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji
U2	Potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska zachodzące w obszarze nowoczesnej dystrybucji produktów finansowych w Polsce i na świecie wykorzystując w tym celu zaawansowane metody i narzędzia z dziedziny nauk ekonomicznych	K_U02	Konwersatorium	Zaliczenie na ocenę	kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji
K1	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz uznawania wiedzy dotyczącej nowoczesnych form sprzedaży produktów bankowych w rozwiązywaniu praktycznych i poznawczych problemów z tego zakresu.	K_K01	Konwersatorium	Zaliczenie na ocenę	kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji

Literatura i pomoce naukowe
<p>Literatura podstawowa</p> <ol style="list-style-type: none"> Iwanicz-Drozdowska M., Jaworski W.L., Szelałowska A., Zawadzka Z., Bankowość w gospodarce cyfrowej, Poltext, Warszawa 2023 Macierzyński W., Pszczółka I., Sobol M., (red.), Podstawy bankowości. Wybrane zagadnienia, Spatium, Radom, 2022. <p>Literatura uzupełniająca</p> <ol style="list-style-type: none"> Iwanicz-Drozdowska M., Jaworski W.L., Szelałowska A., Bankowość. Instytucje - operacje - zarządzanie, Poltext, Warszawa 2021 Ertman A., Marketing 4.0 w działalności banków komercyjnych w Polsce – perspektywa nabywców, Marketing i Rynek 06/2021, s. 26-36 Siudek T., Konkurencyjność banków w Polsce w zakresie produktów i usług bankowości elektronicznej. Teorie, modele i wyniki empiryczne, Cedewu, Warszawa 2022 <p>Szczegółowy wykaz dodatkowych źródeł i pomocy naukowych na pierwszych zajęciach podaje prowadzący</p>

Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS	
Udział w zajęciach, aktywność	Obciążenie studenta [h]

	Inne godz. kontaktowe (IGK)	Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta (ZBN)	Zajęcia dydaktyczne
Udział w wykładach/konwersatoriach	X	X	15[h]
Udział w ćwiczeniach/laboratorium	X	X	X
Udział w konsultacjach	4[h]	X	X
Przygotowanie do wykładów/ćwicz/konwersatorium Przygotowanie do zaliczenia/egzaminu	X	31[h]	X
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	4 [h]/ 0,2ECTS	31[h]/1,2ECTS	15[h]/ 0,6ECTS
Punkty ECTS za przedmiot	50 [h] / 2ECTS		

Informacje dodatkowe, uwagi
W przypadku studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekle chorych, określone powyżej (w karcie) metody i formy weryfikacji efektów uczenia się dostosowuje się odpowiednio do indywidualnych potrzeb tych studentów.