



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Podstawy zarządzania i marketingu, PG_00044583						
Kierunek studiów	Transport						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2020 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2021/2022		
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Inżynierii Lądowej i Środowiska -> Katedra Inżynierii Budowlanej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr inż. Tomasz Falborski				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	15.0	0.0	0.0	0.0	45
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
	Adresy na platformie eNauczanie:						
Dodatkowe informacje: Zajęcia odbywają się na ms teams w ustalonym terminie, link co tygodniowo rozsyłany jest do studentów.							
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	45	0.0	5.0	50		
Cel przedmiotu	Przygotowanie do otwarcia działalności gospodarczej, zaznajomienie z podstawami zarządzania w organizacji oraz marketingu w celu lepszego zrozumienia i funkcjonowania na rynku pracy. Przybliżenie wiedzy w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej, zarządzania w organizacji, w tym funkcji zarządzania i metod zarządzania strategicznego oraz marketingu.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_U04] potrafi poprawnie używać pojęć związanych z transportem, zrozumiale wypowiedzieć się na dany temat z wykorzystaniem współczesnych technik audiowizualnych		Zna podstawowe metody prowadzenia analizy strategicznej przedsiębiorstwa, jest w stanie zaimplementować je na bazie wybranych kryteriów w celu przeanalizowania i mówienia powstałego w organizacji problemu.		[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu		
	[K6_W05] ma podstawową wiedzę z różnych dziedzin społecznych potrzebną dla zrozumienia jej znaczenia dla funkcjonowania i rozwoju transportu oraz wykonywania zawodu w sektorze transportu		Posiada umiejętność analizowania i charakteryzowania podstawowych zagadnień w zakresie prowadzenia przedsiębiorstwa. Przyswojenie podstawowej wiedzy z zakresu zarządzania i marketingu w przedsiębiorstwie oraz ich funkcji.		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K6_K01] potrafi myśleć i działać w sposób kreatywny, przedsiębiorczy; potrafi określić priorytety służące realizacji zadania indywidualnego lub grupowego; rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i ponoszenia odpowiedzialności zawodowej za działalność swoją oraz zespołu		Potrafi zrozumieć podstawowe zagadnienia z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem, marketingu. Rozumie na czym polega założenie firmy krok po kroku i jakie elementy w tym opodatkowania i wnioski są z tym powiązane.		[SK3] Ocena umiejętności organizacji pracy		

Treści przedmiotu	<p>Zarządzanie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Czym jest zarządzanie ? Wprowadzenie 2) Funkcje zarządzania 3) Klasyczne funkcje zarządzania według H. Fayola 4) Metody analizy strategicznej 5) Budowa wewnętrzna organizacji -struktura organizacyjna instytucji 6) Typologia struktur organizacyjnych <p>Marketing:</p> <p>1. Istota i rozwój marketingu.2. Rynek jak podstawa działalności marketingowej.3. Segmentacja jako narzędzie wyboru rynku docelowego.4. Badania marketingowe jako źródło wiedzy o rynku i nabywcach.5. Produkt, cena, dystrybucja i promocja jako główne narzędzia marketingu.6. Plan marketingowy jako element zarządzania marketingowego.</p>								
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa znajomość oprogramowania typu ms office oraz bazowych programów inżynierskich.								
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sposób oceniania (składowe)</th> <th>Próg zaliczeniowy</th> <th>Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>kolokwium zaliczeniowe</td> <td>60.0%</td> <td>100.0%</td> </tr> </tbody> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	kolokwium zaliczeniowe	60.0%	100.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej							
kolokwium zaliczeniowe	60.0%	100.0%							
Zalecana lista lektur	<p>Podstawowa lista lektur</p> <p>Uzupełniająca lista lektur</p> <p>Adresy eZasobów</p>	<p>1. Dołhasz M., Fudaliński J., Kosala M., Smutek H.: Podstawy zarządzania. Koncepcje-strategie-zastosowania. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2009.</p> <p>2. Griffin R. W.: Podstawy zarządzania organizacjami. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2004.</p> <p>3. Kotler Ph.: Marketing. Wydanie Jednenaście. Dom Wydawniczy REBIS Sp. z o.o. Poznań 2003</p> <p>4. Tomczak A.: Podstawy marketingu dla inżynierów. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej. Warszawa 2003.</p>	<p>Literatura fachowa z zakresu zarządzania oraz marketingu.</p>						
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	-								
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy								