



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Podstawy zarządzania i marketingu, PG_00049142							
Kierunek studiów	Budownictwo							
Data rozpoczęcia studiów	październik 2020 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2023/2024			
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych			
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni			
Rok studiów	4	Język wykładowy			polski			
Semestr studiów	7	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. Magdalena Apollo						
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr inż. Magdalena Apollo						
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM	
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	0.0	0.0	0.0	30	
W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0								
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	30	2.0		18.0		50	
Cel przedmiotu	Przedstawienie pozaekonomicznych aspektów funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw budowlanych.  Zrozumienie specyfiki i odmienności zarządzania jako nauki empirycznej należącej do obszaru nauk społecznych.  Przyswojenie podstawowej wiedzy z zakresu zarządzania i marketingu niezbędnej w prowadzeniu działalności gospodarczej.							
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu			Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_K05] potrafi pracować samodzielnie i współpracować w zespole nad wyznaczonym zadaniem		Student potrafi rozwiązywać problemy z wykorzystaniem wybranych metod i technik zarządzania.			[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce [SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie		
	[K6_W14] ma wiedzę na temat podstaw przedsiębiorczości, zarządzania i marketingu w przedsiębiorstwie; zna normy i normatywy pracy w budownictwie oraz organizację i zasady kierowania budową		Student posiada umiejętności miękkie związane z zarządzaniem przedsiębiorstwem.			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K6_U17] posiada specjalistyczne umiejętności w zakresie kierunku budownictwo, w ramach oferowanych profili dyplomowania		Student posiada wiedzę i zna narzędzia mające zastosowanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem budowlanym.			[SU1] Ocena realizacji zadania [SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi		

Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pojęcie organizacji i istota współczesnego zarządzania. Funkcje zarządzania: planowanie, organizowanie, przewodzenie i kontrolowanie.</li> <li>2. Przegląd metod i technik zarządzania: burza mózgów, diagram Ishikawy, diagram Pareto. Macierz BCG, analiza SWOT - TOWS.</li> <li>3. Wprowadzenie do marketingu. Orientacje rozwoju przedsiębiorstw, Funkcje, korzyści i zagrożenia marketingu.</li> <li>4. Uwarunkowania działań marketingowych: otoczenie zewnętrzne (makrootoczenie, mikrootoczenie), czynniki wewnętrzne.</li> <li>5. Marketing Mix: produkt, cena, promocja, dystrybucja</li> </ol>											
Wymagania wstępne i dodatkowe												
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> sprawozdania z ćwiczeń i obrona</td> <td>60.0%</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td> kolokwium zaliczające wykłady</td> <td>60.0%</td> <td>50.0%</td> </tr> </tbody> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	sprawozdania z ćwiczeń i obrona	60.0%	50.0%	kolokwium zaliczające wykłady	60.0%	50.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej										
sprawozdania z ćwiczeń i obrona	60.0%	50.0%										
kolokwium zaliczające wykłady	60.0%	50.0%										
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dolhasz M., Fudaliński J., Kosala M., Smutek H.: <i>Podstawy zarządzania. Koncepcje-strategie-zastosowania</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2009.</li> <li>2. Griffin R. W.: <i>Podstawy zarządzania organizacjami</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2004.</li> <li>3. Kotler Ph.: <i>Marketing</i>. Wydanie Jedenaste. Dom Wydawniczy REBIS Sp. z o.o. Poznań 2003</li> <li>4. Tomczak A.: <i>Podstawy marketingu dla inżynierów</i>. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej. Warszawa 2003</li> <li>5. <i>Kompendium metod i technik zarządzania. Teoria i ćwiczenia</i>, red. Naukowa Katarzyna Szymańska, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2015.</li> </ol>										
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brzozowski M., <i>Burza mózgów, [w:] Metody zarządzania</i>, red. M. Brzozowski, T. Kopczyński, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2009.</li> <li>2. <i>Podstawy zarządzania: teoria i ćwiczenia</i>, red. A. Zakrzewska-Bielawska, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.</li> <li>3. Hamrol A., <i>Zarządzanie jakością z przykładami</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 2007.</li> <li>4. Baruk A.I., Hys K., Dwidowski A., <i>Marketing dla inżynierów</i>, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2012.</li> <li>5. Grant R.M., <i>Współczesna analiza strategii</i>, Wolters Kluwer, Warszawa 2011.</li> <li>6. Lisiński M., <i>Metody planowania strategicznego</i>, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.</li> <li>7. <i>Metody organizacji i zarządzania: teoria i praktyka</i>, red. S. Duchniewicz, Wydawnictwo Menadżerskie PTM, Warszawa 2005.</li> <li>8. Hamrol A., Mantura W., <i>Zarządzanie jakością z przykładami</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.</li> <li>9. Wawrzyniak M., <i>Nie zlecaj, deleguj</i>, Personel i Zarządzanie 2012, nr 4.</li> </ol>										
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie: Podstawy Zarządzania i Marketingu, Budownictwo / studia stacjonarne I st. / sem. VII, 2023/2024 - Moodle ID: 28558 <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=28558">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=28558</a>										
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jakie zasady warunkują efektywność sesji burzy mózgów (min. 4 zasady)?</li> <li>2. Podaj definicję burzy mózgów. Omów jej etapy.</li> <li>3. Jakie są najczęściej występujące bariery twórczego myślenia (min. 5)</li> <li>4. Omów pojęcie kreatywności. Jakie czynniki ją warunkują?</li> <li>5. Zdefiniuj heurystykę, omów jej cechy.</li> </ol>											
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy											