



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Podstawy zarządzania i marketingu, PG_00044583						
Kierunek studiów	Transport						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2022 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2023/2024		
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 pl		
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. Marcin Szczepański				
	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							
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	Kurs marketingu oferuje wiedzę i narzędzia do promowania produktów i usług przy użyciu nowoczesnych technik i marketingu internetowego, takich jak: social media, email marketing oraz reklamy na Facebooku, Google i YouTube. Zajęcia obejmują strategię, projektowanie lejka sprzedażowego, copywriting, dostarczanie wartości, zarządzanie ruchem, marketing treści, analizy oraz zarządzanie czasem, priorytetyzację, delegowanie, outsourcing, automatyzację procesów i realizację celów						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[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 czasem i priorytetyzacja zadań. Wie co to outsourcing oraz delegowanie zadań. Wie czym jest automatyzacja procesów oraz na czym polega skuteczne planowanie i realizacja celów.		[SK3] Ocena umiejętności organizacji pracy		
	[K6_U04] potrafi poprawnie używać pojęć związanych z transportem, zrozumiale wypowiedzieć się na dany temat z wykorzystaniem współczesnych technik audiowizualnych		Zna podstawy psychologii nowoczesnego marketingu. Zna nowoczesne narzędzia darmowe i płatne do rozwijania marketingu. W oparciu o psychologię potrafi opracować strategię.		[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 marketingu. Wie jak projektować lejki marketingowe, ustalać strategię, cele oraz jakie pomiary są istotne w kwestii nowoczesnego marketingu. Wie jak dawać klientowi wartość, jak generować ruch darmowy oraz płatny oraz prowadzić analitykę.		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej			

Treści przedmiotu	<p>MARKETING:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. WSTĘP WPROWADZENIE 2. Nasz cel, czego potrzebujemy ? 3. PSYCHOLOGIA 4. STRATEGIA 5. LEJKI MARKETINGOWE 6. COPYRIGHTING (pisanie) 7. PROGRAMY I APLIKACJE 8. JAK DAJEMY KLIENTOWI WARTOŚĆ ? 9. DARMOWY KLIENT - RUCH ZA DARMO 10. RUCH OPŁACANY 11. SOCIAL MEDIA 12. MARKETING KONTENTOWY 13. POMIARY ANALITYKI <p>ZARZĄDZANIE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ZARZĄDZANIE CZASEM I PRIORYTYZACJA 2. DELEGOWANIE I OUTSOURCING 3. AUTOMATYZACJA PROCESÓW BIZNESOWYCH 4. KONCEPCJA PRACY ZDALNEJ I MOBILNOŚCI 5. SKUTECZNE PLANOWANIE I REALIZACJA CELÓW 6. ZARZĄDZANIE PROJEKTEM I KONTROLA 											
Wymagania wstępne i dodatkowe	<p>Podstawowa znajomość oprogramowania typu ms office oraz bazowych programów inżynierskich.</p> <p>Znajomość obsługi social mediów pod kątem marketingu + wprowadzenie płatnych aplikacji o programów do rozwijania marketingu.</p>											
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Sposób oceniania (składowe)</th> <th style="width: 33%;">Próg zaliczeniowy</th> <th style="width: 33%;">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>grupowe zadania wykonywane na zajęciach</td> <td>60.0%</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>kolokwium zaliczeniowe</td> <td>60.0%</td> <td>50.0%</td> </tr> </tbody> </table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	grupowe zadania wykonywane na zajęciach	60.0%	50.0%	kolokwium zaliczeniowe	60.0%	50.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej										
grupowe zadania wykonywane na zajęciach	60.0%	50.0%										
kolokwium zaliczeniowe	60.0%	50.0%										
Zalecana lista lektur	<p>Podstawowa lista lektur</p> <p>Uzupełniająca lista lektur</p> <p>Adresy eZasobów</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tim Ferris: "Czterogodzinny Tydzień pracy" 2. Laura Vanderkam "Co ludzie sukcesu robią przed śniadaniem" 3. Kotler Ph.: Marketing. Wydanie Jednenaście. Dom Wydawniczy REBIS Sp. z o.o. Poznań 2003 4. Tomczak A.: Podstawy marketingu dla inżynierów. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej. Warszawa 2003. 5. Alex Hormozi.: "The Game" <p>Literatura fachowa z zakresu zarządzania oraz marketingu.</p> <p>Adresy na platformie eNauczanie:</p>										
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	-											
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy											