



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie i marketing, PG_00042263						
Kierunek studiów	Budownictwo						
Data rozpoczęcia studiów	luty 2023 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2023/2024		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
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 Pawelska-Mazur					
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	15.0	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	3.0		17.0		50
Cel przedmiotu	Prezentacja zagadnień marketingowych dotyczących sektora budowlanego.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K7_U15] posiada zaawansowane umiejętności z zakresu kierunku budownictwo, w ramach oferowanych specjalności i profili dyplomowania		Student potrafi opracować biznesplan dla firmy budowlanej.		[SU1] Ocena realizacji zadania [SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania		
	[K7_W15] ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę z zakresu kierunku budownictwo, w ramach oferowanych specjalności i profili dyplomowania		Student ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania marką i produktem w sektorze budowlanym.		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K7_K03] potrafi myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy oraz działać na rzecz interesu publicznego		Student potrafi działać sposobem kreatywny przy wyborze najodpowiedniejszych nośników dla kampanii reklamowej w sektorze budowlanym.		[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce		
Treści przedmiotu	Podstawy marketingu dla przedsiębiorstw budowlanych, marketing nieruchomości, marketing usług i produktów budowlanych, narzędzia marketingowe, nośniki reklamy, kampania reklamowa w sektorze budowlanym, kształtowanie wizerunku firmy.						
Wymagania wstępne i dodatkowe							
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)		Próg zaliczeniowy		Składowa oceny końcowej		
	zaliczenie		60.0%		100.0%		
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur		Dorota Filar, SKUTECZNA KOMUNIKACJA I PROMOCJA, UMCS Lublin 2012				
	Uzupełniająca lista lektur		<a href="http://dlarynkupracy.umcs.pl/wp-content/uploads/2011/02/wspolczesny-marketing1.pdf">http://dlarynkupracy.umcs.pl/wp-content/uploads/2011/02/wspolczesny-marketing1.pdf</a>				

	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczenie: Zarządzanie i Marketing, Budownictwo / studia stacjonarne II st. / sem. II, 2023/2024 - Moodle ID: 28559 <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=28559">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=28559</a>
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Projekt kampanii reklamowej dla wybranego produktu lub usługi.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	