

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie i marketing, PG_00064269						
Kierunek studiów	Transport						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2024/2025		
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie		Grupa zajęć				
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		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Inżynierii Lądowej i Środowiska -> Katedra Inżynierii Budowlanej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr inż. Wojciech Migda				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
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	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów y podstawowymi zasadami marketingu oraz zasadami zarządzania.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_W04] ma wiedzę z zakresu diagnozowania, projektowania i zarządzania systemami transportowymi i logistycznymi oraz zachodzących w nich procesów transportowych, procesów ekonomicznych, ekonomiki transportu, systemów finansowania transportu oraz prawa transportowego		Student zna podstawy marketingu.		[SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji		
	[K6_U04] potrafi poprawnie używać pojęć związanych z transportem, zrozumiale wypowiedzieć się na dany temat z wykorzystaniem języka branżowego i współczesnych technik audiowizualnych		Student rozumie zależności panujące w zarządzaniu.		[SU1] Ocena realizacji zadania		
Treści przedmiotu	W ramach przedmiotu przedstawiane są podstawowe zależności panujące w marketingu oraz reklamie. Dodatkowo omawiane są zasady dotyczące zarządzania.						
Wymagania wstępne i dodatkowe							
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)		Próg zaliczeniowy		Składowa oceny końcowej		
	Ocena pracy na zajęciach		60.0%		20.0%		
	Ocena prezentacji		60.0%		80.0%		
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur		Klincewicz K.: Zarządzanie, organizacje i organizowanie, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego				
	Uzupełniająca lista lektur		1. Fromm E.: Miec czy byc?, Ucieczka od wolnosci 2. Pratchett T.: Piekło pocztowe, Swiat finansjery, Para w ruch				

	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Proszę zaprezentować profil wybranej firmy.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.