

KARTA KURSU

Nazwa	Zarządzanie i marketing	
Nazwa w j. ang.	Management and marketing	
Koordynator	Dr Anna I. Szymańska	Zespół dydaktyczny
		Dr Anna I. Szymańska
Punktacja ECTS*	3	

Opis kursu (cele kształcenia)

1. Przekazanie podstawowej wiedzy z zakresu podstaw zarządzania organizacjami w gospodarce rynkowej.
2. Przedstawienie zagadnień dotyczących podstawowych pojęć, prawidłowości i zasad wykorzystania marketingu w działalności rynkowej oraz wskazanie sposobów jej zdobywania i utrwalania.
3. Rozwijanie kompetencji zorganizowanej i odpowiedzialnej pracy zarówno samodzielnej jak też w zespole, również jako lider, w zakresie przygotowywania projektów; kształtowanie postaw przedsiębiorczych i ról decyzyjnych w pracy, oraz świadomości ustawicznego doskonalenia wiedzy i umiejętności w dziedzinie zarządzania i marketingu.

Warunki wstępne

Wiedza	-
Umiejętności	Logiczna analiza zjawisk i procesów
Kursy	-

Efekty kształcenia

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01 Student zna podstawowe pojęcia i wybraną wiedzę z zakresu zarządzania i marketingu wykorzystywaną w działalności rynkowej.	K_W12 , K_W15
	W02 Student zna podstawowe zasady zarządzania, szczególnie w zakresie struktur organizacyjnych, otoczenia organizacji, przywództwa, motywowania pracowników i pracy w zespole, kultury organizacyjnej i komunikacji.	K_W12 , K_W15
	W03 Student zna podstawowe metody badań, narzędzia i modele pozwalające wyjaśnić i zilustrować konkretne zjawiska i procesy w zakresie zarządzania i marketingu.	K_W12 , K_W15

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U01 Student interpretuje podstawowe pojęcia, prawidłowości i zasady z zakresu zarządzania i marketingu.	K_U07
	U02 Student stosuje wybrane treści teorii marketingowej do tworzenia i analizowania wariantów strategii działania podmiotów rynkowych.	K_U07
	U03 Potrafi prawidłowo dokonywać obserwacji, opisu, analizy, interpretacji i wyjaśnienia zjawisk i procesów w zakresie podstaw zarządzania i marketingu, gromadząc w tym celu odpowiednie dane, i stosując podstawowe pojęcia i ujęcia teoretyczne.	K_U07

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	K01 Student myśli w sposób przedsiębiorczy, organizuje pracę w grupie i sumiennie wykonuje powierzone mu zadania.	K_K08
	K02 Student ma świadomość konieczności podnoszenia kompetencji zawodowych i osobistych, krytycznej oceny posiadanej wiedzy.	K_K01
	K03 Student chce uczyć się przez całe życie, posiada nawyk korzystania ze sprawdzonych źródeł informacji naukowej.	K_K01

Organizacja											
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach									
		A		K		L		S		P	E
Liczba godzin	10	10									
	zaliczenie										

Opis metod prowadzenia zajęć

Zajęcia prowadzone są w formie wykładów z prezentacją multimedialną i ćwiczeń. Obejmują one takie elementy jak: studium przypadków, dyskusja kierowana, praca w grupie, projekt grupowy, badania w terenie z wykorzystaniem poprawnie opracowanego narzędzia badawczego, referowanie prac.

Formy sprawdzania efektów kształcenia

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01				X			X	X					
W02				X			X	X					
W03				X			X	X					
U01				X			X	X					
U02				X			X	X					
U03				X			X	X					
K01				X			X	X					
K02							X	X					
K03				X			X	X					

Kryteria oceny	Z - Zaliczenie bez oceny
	Zaliczenie z przedmiotu uzyskuje student, który był obecny na zajęciach, uczestniczył w dyskusjach podejmowanych na zajęciach, w terminie złożył poprawnie wykonany projekt grupowy (lub prezentację) na podany temat oraz wykonał zadania praktyczne.

Uwagi	Wykład – obecność obowiązkowa, kontrolowana na każdych zajęciach. Ćwiczenia - obecność obowiązkowa, kontrolowana na każdych zajęciach.
-------	---

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

Treści kształcenia z zakresu zarządzania:

1. Podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania.
2. Otoczenie organizacji.
3. Planowanie i podejmowanie decyzji.
4. Struktura organizacyjna.
5. Motywowanie, przywództwo i komunikacja w organizacji.
6. Kultura organizacyjna.

Treści kształcenia z zakresu marketingu:

1. Istota i podstawowe pojęcia marketingu i ich interpretacja
2. Segmentacja a rynek docelowy w działalności rynkowej
3. Marketing mix. Produkt i usługa w działalności rynkowej
4. Cena rynkowa, realizacja polityki cenowej
5. Dystrybucja produktów na rynku
6. Promocja w działalności rynkowej
7. Działalność promocyjna podmiotów rynkowych

Wykaz literatury podstawowej

1. P. Kotler, Marketing (tłum. Marketing Management, 11th edition, copyright 2003), Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2005.
2. A.K. Koźmiński, D. Jemielniak, D. Latusek-Jurczak, Zasady zarządzania, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2014.
3. J.A.F. Stoner, R. E. Freeman, D. R. Gilbert, Jr., Kierowanie, PWE, Warszawa 2011.

Wykaz literatury uzupełniającej

1. K. Mazurek-Łopacińska, Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe. PWE, Warszawa 2002.
2. W. Stern Louis, I. El-Ansary Adel, A. Conghlan, Kanaly marketingowe, PWN, Warszawa 2002.
3. S.P. Robbins, D. A. DeCenzo, Podstawy zarządzania, PWE, Warszawa 2002.
4. R.W. Griffin, Podstawy zarządzania organizacjami, WN PWN, Warszawa 2004.
5. Dziedzic D., Szymańska A.I., (2011), Marketing transakcji a marketing relacji, Zeszyty Naukowe WSEI w Krakowie, 7, 205-214,
6. Szymańska A.I., (2012), Promocja i jej oddziaływanie na preferencje i zachowania konsumentów – ujęcie modelowe, Zeszyty Naukowe WSEI Kraków, 8, 87-105,
7. Szymańska A.I., (2012), Globalizacja a nowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem, Przedsiębiorczość – Edukacja, 8, 360-372.

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	10
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	10
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	15
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	10
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	25
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	
Ogółem bilans czasu pracy		75
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		3