

Karta opisu zajęć - Sylabus

Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

I. INFORMACJE OGÓLNE		
Nazwa zajęć Zarządzanie marketingowe	Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2022/2023	
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Zarządzanie II stopnia, profil praktyczny		
Język wykładowy: język polski	Rodzaj zajęć: Kształcenia kierunkowego	
Rok studiów: II	Semestr: III	
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 3	Koordynator zajęć: Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail Katarzyna Kucab-Bąk, dr inż. katarzyna.kucab-bak@pwste.edu.pl .pl	
Jednostka organizacyjna: Wydział Ekonomii i Zarządzania:		
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN		
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:		
Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Wykład: 15	Wykład:	
Ćwiczenia:	Ćwiczenia:	
Laboratorium: 15	Laboratorium:	
Lektorat:	Lektorat:	
Projekt:	Projekt:	
Zajęcia praktyczne:	Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:	Seminarium:	
Zajęcia terenowe:	Zajęcia terenowe:	
Praktyka zawodowa:	Praktyki:	
Inna forma (jaka): zajęcia projektowe	Inna forma (jaka):	
RAZEM: 30	RAZEM:	
II. INFORMACJE SZCZEGÓLNE		
Cel (cele) prowadzenia zajęć: pogłębienie wiedzy i umiejętności w zakresie opracowywania strategii stosowanych w zarządzaniu marketingowym.		
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (jeśli obowiązują): student: <ul style="list-style-type: none"> ▪ zna i rozumie istotę organizacji, struktury, funkcje zarządzania, ▪ zna i potrafi pozyskiwać dane i wykorzystywać je do analizy procesów i zjawisk rynkowych ▪ potrafi stosować programy komputerowe do tworzenia, edycji i formatowania dokumentów oraz wprowadzania i sortowania danych, 		
Przypisane do zajęć efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych i odniesienie ich do efektów uczenia się dla określonego kierunku studiów, poziomu i profilu.		
UWAGA: Dzielimy efekty uczenia się przypisane do zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Przypisane do zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii.		
Symbol efektów uczenia się przypisanego do zajęć*	Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii: Wiedzy - zna i rozumie	Odniesienie do efektów uczenia się dla określonego kierunku studiów, poziomu i profilu #
PiZM_W_01	istotę i etapy procesu zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie w oparciu o analizę marketingową sytuacji firmy	K_W_02, K_W06

		Umiejętności - potrafi		
PiZM_U_01	dokonać analizy marketingowej sytuacji firmy i na tej podstawie opracować marketingową strategię rozwoju przedsiębiorstwa. Dokonać kontroli oraz oceny działalności przedsiębiorstwa i zaproponować innowacyjne rozwiązania	K_U01; K_U05		
		Kompetencji społecznych - jest gotów do		
PiZM_K_01	odpowiedzialnego pełnienia określonych ról zawodowych, posiada świadomość złożoności powierzanych mu zadań zawodowych z zakresu zarządzania marketingowego również w aspekcie społecznym i moralnym, a także konieczności ustalania priorytetów w ich realizacji. Myślenia i działania w sposób innowacyjny i przedsiębiorczy.	K_K03, K_K05		
<p>* kod zajęć,</p> <p># efekty uczenia się dla określonego kierunku studiów, poziomu i profilu (np. K_W01, K_U01, ..)</p> <p>W- wiedza, U- umiejętności, K- kompetencje społeczne</p> <p>01, 02...- numer efektu uczenia się</p> <p>UWAGA! Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne w zależności od ogólnej liczby godzin zajęć..</p>				
TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Liczba godzin	Odniesienie do efektów uczenia się przypisanych do zajęć
		wykład		
TP-01	Marketingowa koncepcja zarządzania (strategiczny i operacyjny wymiar zarządzania marketingowego). Rynek i misja działalności przedsiębiorstwa (pole rynkowe i strategiczne jednostki biznesu). Analiza działalności przedsiębiorstwa. Strategia rozwoju przedsiębiorstwa		15	PiZM_W_01
		laboratorium		
TP-02	Przeprowadzenie analizy działalności przedsiębiorstwa oraz perspektyw jego		15	PiZM_U_01 PiZM_K_01

rozwoju. Budowanie marketingowej strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Planowanie marketingowe (zasady i etapy tworzenia planów marketingowych). Kontrola marketingu - operacyjna i strategiczna. Analiza rynkowych aktywów przedsiębiorstwa z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego Excel (analiza BCG, SWOT, PEST) oraz opracowywanie konkretnych planów marketingowych.			
ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)			
Literatura podstawowa przedmiotu (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):			
1. M. Hajdas, W. Kowal, J. Woźniczka, Zarządzanie marketingiem, UE we Wrocławiu, Wrocław 2014			
2. Mruk H., Zarządzanie i planowanie marketingowe, Wyd. PASSAT, Warszawa 2008			
Literatura uzupełniająca przedmiotu:			
1. Pomykański A., Zarządzanie i planowanie marketingowe, PWE, Warszawa 2005			
2. Knecht Z., Zarządzanie marketingiem, C.H. Beck, Warszawa 2008			
INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA B-LEARNINGU			
INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA E-LEARNINGU			

III. INFORMACJE DODATKOWE			
Odniesienie efektów uczenia się przypisanych do zajęć i treści programowych do form zajęć i metod oceniania			
Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.			
* np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy			
# np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt			
Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć.			
Symbol efektu uczenia się przypisanego do zajęć	Symbol treści programowych realizowanych w trakcie zajęć	Formy zajęć i metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się *	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć #
WIEDZA			
PiZM_W_01	TP_01	wykład, prezentacja multimedialna	egzamin
UMIEJĘTNOŚCI			
PiZM_U_01	TP-02	Zajęcia projektowe, dyskusja, praca w grupach	projekt
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
PiZM_K_01	TP-02	Zajęcia projektowe, dyskusja, praca w grupach	projekt

MIARA ŚREDNIEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA NIEZBĘDNA DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (godziny)			
Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności *	
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem		30	
w tym liczba godzin z praktyk zawodowych realizowanych w uczelni (według harmonogramu)		0	
Praca własna studenta #		45	
SUMA GODZIN		75	
MIARA ŚREDNIEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA NIEZBĘDNA DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (punkty ECTS)			
		Liczba punktów ECTS *	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPI-SANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim	3	1,2
	Liczba punktów ECTS przypisana praktykom zawodowym, jeśli formą zajęć dla tego przedmiotu są praktyki zawodowe		0
	Praca własna studenta		1,8
* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min.			
# przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu,...			

OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:
Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej. Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.
PiZM_W_01 - wykład, prezentacja multimedialna, przygotowanie do egzaminu PiZM_U_01, PiZM_K_01 - zajęcia projektowe, dyskusja, praca w grupach, przygotowanie do projektu
KRYTERIA OCENIANIA I WYMAGANIA EGZAMINACYJNE
Ocena kształtująca: wykład – dyskusja ćwiczenia – dyskusja oraz aktywność
Ocena podsumowująca: Na ocenę dostateczną student ma wiedzę i potrafi opisać istotę zarządzania i planowania marketingowego, zasady, metody i strategie właściwe dla zarządzania i planowania marketingowego, etapy procesu zarządzania marketingowego, potrafi wymienić etapy procesu zarządzania marketingowego. Na ocenę dobrą student ma wiedzę i potrafi wyjaśnić proces zarządzania marketingowego, dokonać planowania marketingowego analizować i formułować strategie marketingowe, pracować zespołowo. Na ocenę bardzo dobrą student ma wiedzę i potrafi przedstawić rozwiązania w zakresie planowania marketingowego, dokonać analizy sytuacji marketingowej firmy i formułować strategie marketingowe, potrafi pracować zespołowo, właściwie zarządzać swoim czasem i czasem innych osób.
Kryteria różnicowania ocen w powiązaniu ze stopniem realizacji efektów uczenia się, muszą być: precyzyjne i czytelne.

**Podpis nauczyciela akademickiego lub
osoby odpowiedzialnej za przedmiot:**

.....
(imię i nazwisko)

.....
(podpis i data)

Podpis kierownika zakładu:

.....
(imię i nazwisko)

.....
(podpis, data)

Podpis Dziekana Wydziału:

.....
(imię i nazwisko)

.....
(podpis, data)