

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Wydział Mechaniczny

Kierunek studiów: Transport

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: T

Stopień studiów: I

Specjalności: Logistyka i spedycja

### 1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

|                                         |                                        |
|-----------------------------------------|----------------------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU                        | Marketing i jakość usług logistycznych |
| NAZWA PRZEDMIOTU<br>W JĘZYKU ANGIELSKIM | Marketing and Logistic Service Quality |
| KOD PRZEDMIOTU                          | T328                                   |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU                    | Przedmioty specjalnościowe             |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS                     | 2.00                                   |
| SEMESTRY                                | 6                                      |

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA | LABORATORIUM | LABORATORIUM<br>KOMPUTERO-<br>WE | PROJEKT | SEMINARIUM |
|---------|--------|-----------|--------------|----------------------------------|---------|------------|
| 6       | 15     | 0         | 0            | 0                                | 0       | 15         |

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** Zdobyć wiedzę i umiejętności z zakresu kreowania wizerunku firmy oraz planowania promocji i reklamy

**Cel 2** Zdobyć umiejętności doboru i wykorzystywania instrumentów zwiększających konkurencyjność w oparciu o metody zarządzania jakością procesów logistycznych

**Cel 3** Zdobyć umiejętności pracy zespołowej oraz autoprezentacji

## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1 Podstawowa wiedza z zakresu logistyki

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1 Wiedza** Definiowanie głównych pojęć związanych z rynkiem, segmentacją rynku, badaniami marketingowymi.

**EK2 Wiedza** Definiowanie obecnie stosowanych koncepcji zarządzania i możliwych obszarów ich wykorzystania.

**EK3 Umiejętności** Umiejętność wykonywania analizy rynku, podziału rynku na segmenty, określania nisz rynkowych, analizy konkurencji oraz przedsiębiorstwa.

**EK4 Umiejętności** Umiejętność opracowywania wariantów strategicznych dla możliwych sytuacji rynkowych.

**EK5 Wiedza** Umiejętność planowania kampanii reklamowej, wyboru odpowiednich narzędzi marketingowych oraz szacowania kosztów i efektów kampanii.

**EK6 Kompetencje społeczne** Umiejętność pracy zespołowej oraz indywidualnej autoprezentacji.

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

| SEMINARIUM |                                                                                                                                                               |                  |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP         | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                        | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>S1</b>  | Wykonanie analizy rynku, przedsiębiorstwa oraz konkurencji. Analiza SWOT oraz analiza portfelowa produktów i usług.                                           | 4                |
| <b>S2</b>  | Opracowanie wariantów strategicznych dla możliwych sytuacji rynkowych z uwzględnieniem opcji optymistycznej i pesymistycznej.                                 | 4                |
| <b>S3</b>  | Opracowanie kampanii reklamowej dla wybranej firmy logistycznej oraz wskazanie możliwości poprawy jakości oferowanych usług i produktów                       | 4                |
| <b>S4</b>  | Prezentacja wykonanych projektów, podjęcie dyskusji na temat możliwego udoskonalenia strategii, jakości oraz działań reklamowych omawianego przedsiębiorstwa. | 3                |

| WYKŁAD    |                                                                                                                          |                  |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP        | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                   | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>W1</b> | Geneza marketingu oraz pojęcia podstawowe. Rynek usług logistycznych segmentacja rynku, potrzeby i oczekiwania klientów. | 2                |
| <b>W2</b> | Analiza marki, stanu przedsiębiorstwa, konkurencji i rynku.                                                              | 2                |

| WYKŁAD    |                                                                                                                                                                                      |                  |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP        | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                                               | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>W3</b> | Określanie celów strategii - planowanie marketingowo-logistyczne. Wybrane strategie marketingowo-logistyczne - możliwe zastosowanie, techniki łączenia oraz praktyczne zastosowanie. | 3                |
| <b>W4</b> | Kreowanie wizerunku oraz Corporate Identity. Wybrane koncepcje zarządzania w logistyce - Lean Management, Agile Management, Total Quality Management, Six Sigma.                     | 2                |
| <b>W5</b> | Zarządzanie promocją i reklamą, przygotowywanie kampanii reklamowych.                                                                                                                | 2                |
| <b>W6</b> | Technologie internetowe wykorzystywane w działaniach marketingowych oraz zwiększające jakość usług logistycznych.                                                                    | 2                |
| <b>W7</b> | Zintegrowane systemy zarządzania, zarządzanie logistyką przedsiębiorstwa. System zarządzania jakością zgodny z normą PN-EN ISO 9001:2009                                             | 2                |

## 7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

**N1** Wykłady

**N2** Ćwiczenia projektowe

**N3** Prezentacje multimedialne

**N4** Dyskusja

**N5** Konsultacje

**N6** Praca w grupach

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI                                                                                 | ŚREDNIA LICZBA GODZIN<br>NA ZREALIZOWANIE<br>AKTYWNOŚCI |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>                                     |                                                         |
| Godziny wynikające z planu studiów                                                               | 30                                                      |
| Konsultacje przedmiotowe                                                                         | 20                                                      |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji                                                                    | 10                                                      |
| <b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b> |                                                         |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury                               | 8                                                       |
| Opracowanie wyników                                                                              | 12                                                      |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 10                                                      |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z<br/>CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>    | <b>90</b>                                               |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU                                                    | 2.00                                                    |

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

**F1** Projekt zespołowy

### OCENA PODSUMOWUJĄCA

**P1** Egzamin pisemny

**P2** Średnia ważona ocen formujących

### KRYTERIA OCENY

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 |                                                                                                                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 2.0        | -                                                                                                                                                                   |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność definiowanie podstawowych pojęć z zakresu funkcjonowania rynku, narzędzi marketingowych oraz charakteryzowanie podstawowych metod badań marketingowych. |
| NA OCENĘ 3.5        | -                                                                                                                                                                   |
| NA OCENĘ 4.0        | -                                                                                                                                                                   |
| NA OCENĘ 4.5        | -                                                                                                                                                                   |

|                     |                                                                                                                      |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 5.0        | -                                                                                                                    |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 |                                                                                                                      |
| NA OCENĘ 2.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność charakteryzowania przynajmniej dwóch współczesnych koncepcji zarządzania.                                |
| NA OCENĘ 3.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 5.0        | -                                                                                                                    |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 |                                                                                                                      |
| NA OCENĘ 2.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność wykonania analizy SWOT oraz analizy portfelowej przedsiębiorstwa.                                        |
| NA OCENĘ 3.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 5.0        | -                                                                                                                    |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 4 |                                                                                                                      |
| NA OCENĘ 2.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność opracowania przynajmniej dwóch wariantów strategicznych dla przedsiębiorstwa logistycznego.              |
| NA OCENĘ 3.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 5.0        | -                                                                                                                    |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 5 |                                                                                                                      |
| NA OCENĘ 2.0        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność zaplanowania podstawowej kampanii promocyjnej i wskazanie możliwości zastosowania odpowiednich narzędzi. |
| NA OCENĘ 3.5        | -                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.0        | -                                                                                                                    |

|                     |                                                                                                |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 4.5        | -                                                                                              |
| NA OCENĘ 5.0        | -                                                                                              |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 6 |                                                                                                |
| NA OCENĘ 2.0        | -                                                                                              |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność współpracy w grupie, ustalania zadań w zależności od kompetencji członków zespołu. |
| NA OCENĘ 3.5        | -                                                                                              |
| NA OCENĘ 4.0        | -                                                                                              |
| NA OCENĘ 4.5        | -                                                                                              |
| NA OCENĘ 5.0        | -                                                                                              |

## 10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

| EFEKT KSZTAŁCENIA | ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU | CELE PRZEDMIOTU      | TREŚCI PROGRAMOWE             | NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE | SPOSOBY OCENY |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------|-----------------------|---------------|
| EK1               | K1_UO04,<br>K1_UP09,<br>K1_K02                                                 | Cel 1 Cel 2          | S1 W1 W2 W3<br>W4 W6          | N1 N4 N5              | F1 P1 P2      |
| EK2               | K1_UP09,<br>K1_UP14,<br>K1_K02                                                 | Cel 1 Cel 2          | S2 W1 W2 W3<br>W4 W6          | N1 N4 N5              | F1 P1 P2      |
| EK3               | K1_UO04,<br>K1_UP09,<br>K1_UP14                                                | Cel 1 Cel 2          | S2 S3 S4 W1 W2<br>W3 W4 W6 W7 | N1 N5 N6              | F1 P1 P2      |
| EK4               | K1_UO04,<br>K1_UP09,<br>K1_K02                                                 | Cel 1 Cel 2          | S2 S3 W1 W2<br>W3 W5 W6 W7    | N1 N2 N3 N5           | F1 P1 P2      |
| EK5               | K1_UO04,<br>K1_UP14,<br>K1_K02                                                 | Cel 1 Cel 2<br>Cel 3 | S2 S3 S4 W1 W3<br>W4 W5 W6 W7 | N1 N2 N3 N4 N5        | F1 P1 P2      |

| EFEKT KSZTAŁCENIA | ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE                   | NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE | SPOSOBY OCENY |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------|
| EK6               | K1_UO04,<br>K1_UP09,<br>K1_UP14,<br>K1_K02                                     | Cel 2 Cel 3     | S1 S2 S3 S4 W1<br>W2 W4 W5 W6<br>W7 | N1 N2 N3 N4 N5<br>N6  | F1 P1 P2      |

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | **Wojciechowski T.** — *Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem*, Warszawa, 2011, Wydawnictwo Difin
- [2] | **Duliniec E.** — *Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem: wybrane zagadnienia*, Warszawa, 1995, Wydawnictwo PWN
- [3] | **Rudawska I., Soboń M.** — *Przedsiębiorstwo i klient w gospodarce opartej na usługach*, Warszawa, 2009, Wydawnictwo Difin
- [4] | **Rucińska D., Ruciński A., Wyszomirski O.** — *Zarządzanie marketingowe na rynku usług transportowych*, Gdańsk, 2005, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

- [1] | **Ciesielskiego M. (red.)** — *Instrumenty zarządzania łańcuchami dostaw*, Warszawa, 2009, Wydawnictwo PWN

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Adam Tulecki (kontakt: a.tulecki@m8.mech.pk.edu.pl)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr inż. Adam Tulecki (kontakt: a.tulecki@m8.mech.pk.edu.pl)

2 mgr inż. Augustyn Lorenc (kontakt: augustyn@m8.mech.pk.edu.pl)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)



**PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI** (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....

.....