

POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2016/2017

Wydział Inżynierii Lądowej

Kierunek studiów: Budownictwo

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: BUD

Stopień studiów: II

Specjalności: Inżynieria wodna i komunalna

1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

NAZWA PRZEDMIOTU	Zarządzanie i marketing w inżynierii wodnej i komunalnej
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	
KOD PRZEDMIOTU	WIL BUD oIIS F10 16/17
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty wybieralne
LICZBA PUNKTÓW ECTS	2.00
SEMESTRY	2

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	LABORATORIA	LABORATORIA KOMPUTERO- WE	PROJEKTY	SEMINARIUM
2	15	0	0	15	0	0

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 Zapoznanie studentów z wybranymi pojęciami i zagadnieniami zarządzania i marketingu w inżynierii wodnej i komunalnej

Cel 2 Zapoznanie studentów z problematyką badań marketingowych w inżynierii wodnej i komunalnej

Cel 3 Zapoznanie studentów z problematyką promocji i reklamy jako narzędzi stosowanych w marketingu i zarządzaniu

Cel 4 Zapoznanie studentów z problematyką analiz rynkowych oraz wpływem otoczenia na działalność organizacji związanych z problematyką inżynierii wodnej i komunalnej

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1 brak

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza Student zna funkcje i zasady zarządzania i marketingu w inżynierii wodnej i komunalnej

EK2 Umiejętności Student potrafi projektować i przeprowadzać badania marketingowe związane z problematyką inżynierii wodnej i komunalnej wspomagające system decyzyjny organizacji

EK3 Umiejętności Student potrafi opracować projekt reklamy i pakietu prezentacyjnego organizacji

EK4 Wiedza Student zna zasady segmentacji rynku oraz metody analizy rynku

6 TREŚCI PROGRAMOWE

LABORATORIA KOMPUTEROWE		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
K1	Omówienie zakresu ćwiczenia. Wydanie tematów.	3
K2	Projekt badań marketingowych. Metody zdobywania informacji marketingowych. Dobór próby badawczej	4
K3	Projekt narzędzia badawczego. Dobór skal i pytań kwestionariuszowych	4
K4	Weryfikacja narzędzia badawczego. Badania pilotażowe. Zaliczenie	4

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Wprowadzenie do zarządzania i marketingu. Pojęcia podstawowe, zasady, funkcje zarządzania i marketingu. Zwrócenie uwagi na problemy zarządzania w inżynierii wodnej i komunalnej. Istota i znaczenie marketingu w organizacjach związanych z inżynierią wodną i komunalną	3
W2	Analiza wpływu otoczenia na organizacje związane z inżynierią wodną i komunalną. Zarządzanie rozwojem tych organizacji. Badanie i analiza rynku. Metody i techniki badań marketingowych. Pomiar w badaniach marketingowych. Analiza wyników i sposoby ich prezentacji. Opracowanie raportu końcowego. Najczęściej popełniane błędy w badaniach marketingowych	6

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W3	Metody promocji. Reklama. Pakiet prezentacyjny organizacji związanej z działalnością w zakresie inżynierii wodnej i komunalnej	4
W4	Pojęcie, rola i kryteria segmentacji rynku.	2

7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Wykłady

N2 Ćwiczenia laboratoryjne

N3 Prezentacje multimedialne

N4 Dyskusja

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Konsultacje przedmiotowe	10
Egzaminy i zaliczenia w sesji	5
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	10
Opracowanie wyników	10
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	10
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2.00

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Projekt indywidualny

F2 Test

OCENA PODSUMOWUJĄCA**P1** Średnia ważona ocen formujących**KRYTERIA OCENY**

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Poprawne wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 50% punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	Dobre wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 75 % punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	Bardzo dobre wykonanie projektu oraz uzyskanie ponad 90% punktów z zaliczenia wykładów
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Poprawne wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 50% punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	Dobre wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 75 % punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	Bardzo dobre wykonanie projektu oraz uzyskanie ponad 90% punktów z zaliczenia wykładów
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Poprawne wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 50% punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	Dobre wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 75 % punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	Bardzo dobre wykonanie projektu oraz uzyskanie ponad 90% punktów z zaliczenia wykładów

EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Poprawne wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 50% punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	Dobre wykonanie projektu na poziomie podstawowym oraz uzyskanie ponad 75 % punktów z zaliczenia wykładów
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	Bardzo dobre wykonanie projektu oraz uzyskanie ponad 90% punktów z zaliczenia wykładów

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K_K05	Cel 1	k1 w1	N1 N3	F1 F2 P1
EK2	K_K05	Cel 2	k2 k3 k4 w2	N1 N2 N3 N4	F1 F2 P1
EK3	K_K05	Cel 3	w3	N1 N2 N3 N4	F1 F2 P1
EK4	K_K05	Cel 4	w4	N1 N2 N3 N4	F1 F2 P1

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA

[1] Radziszewska-Zielina E. — *Metody badań marketingowych w budownictwie*, Krakow, 2006, Know How

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

[1] Radziszewska -Zielina E. — *Badania relacji partnerskich przedsiębiorstw budowlanych*, Krakow, 2010, PK

LITERATURA DODATKOWA

[1] **Pabian A.** — *Marketing w budownictwie*, Warszawa, 1999, COiB

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH**OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ**

dr hab. inż. prof. PK Elżbieta Radziszewska-Zielina (kontakt: eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr hab. inż. Elżbieta Radziszewska-Zielina (kontakt: eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....