

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2021/2022

Wydział Inżynierii Lądowej

Kierunek studiów: Transport

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: TRA

Stopień studiów: I

Specjalności: Bez specjalności

### 1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

NAZWA PRZEDMIOTU	Podstawy ekonomii i marketingu
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	
KOD PRZEDMIOTU	WIL TRA oIS A6 21/22
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty ogólne
LICZBA PUNKTÓW ECTS	3.00
SEMESTRY	2

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

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

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** Zapoznanie studentów z nauką społeczną jaką jest ekonomia oraz wykorzystaniem jej w życiu społecznym.

**Cel 2** Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami z zakresu mikroekonomii: funkcjonowaniem mechanizmu rynkowego, kształtowaniem ceny w zależności od nasycenia rynku, podmioty gospodarujące na rynku (gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa), państwo i instytucje finansowe

**Cel 3** Zapoznanie studentów z makroekonomicznymi prawami ekonomicznymi regulującymi funkcjonowanie państwa we współczesnej gospodarce rynkowej, obowiązującymi na rynku pracy, czynnikami kształtującymi koniunkturę gospodarczą

**Cel 4** Zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z międzynarodową wymianą gospodarczą: handel zagraniczny, rynek walutowy, bilans handlowy i płatniczy, międzynarodowy rynek finansowy

**Cel 5** Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z marketingiem; marketing mix, marketing relacji

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

1 Podstawowe informacje z zakresu ekonomii i gospodarowania pozyskane na etapie szkoły średniej

#### 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1 Wiedza** Student wie dlaczego ekonomia zaliczana jest do nauk społecznych

**EK2 Wiedza** Student zna narzędzia kształtujące rynek, opisuje rodzaje podmiotów gospodarujących na rynku, zna zasady kształtowania rynku finansowego i kapitałowego oraz opisuje jego instrumenty

**EK3 Wiedza** Student zna czynniki mające wpływ na wzrost i rozwój gospodarczy kraju, zna mechanizmy regulujące gospodarkę w ujęciu makroekonomicznym (zarówno wewnątrz krajowym, jak również międzynarodowym)

**EK4 Umiejętności** Student umie ocenić stan koniunktury gospodarczej w zależności od poziomu wskaźników makroekonomicznych i umie dobrać niezbędne działania łagodzące przebieg cykli koniunkturalnych

**EK5 Umiejętności** Student umie określić czynniki wpływające na popyt i podaż przykładowych dóbr i usług

**EK6 Umiejętności** Student umie zaplanować strategię marketingową z wykorzystaniem wszystkich elementów marketingu mix

**EK7 Kompetencje społeczne** Student samodzielnie rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy makro i mikroekonomiczne przestrzegając zasad etyki

#### 6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
<b>W1</b>	Wprowadzenie do ekonomii: potrzeby ludzkie i możliwości ich zaspokajania, proces gospodarowania, jego uwarunkowania i konsekwencje, rzadkość zasobów czynników wytwórczych i jej konsekwencje, systemy gospodarcze, przedmiot zainteresowań ekonomii Rynek: strona popytu i podaży na rynku, funkcjonowanie mechanizmu rynkowego, elastyczność popytu i podaży, podstawowe struktury rynkowe	3
<b>W2</b>	Podmioty gospodarujące: uczestnicy procesu gospodarowania i powiązania między nimi, gospodarstwo domowe jako podmiot gospodarujący, przedsiębiorstwo	2
<b>W3</b>	Państwo jako podmiot regulujący gospodarkę: rola państwa we współczesnej gospodarce rynkowej, budżet państwa, polityka fiskalna państwa, system bankowy, polityka pieniężna państwa, rynek pracy	3

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
<b>W4</b>	Inflacja i polityka antyinflacyjna, cykle gospodarcze (koniunkturalne) Wzrost i rozwój gospodarczy i ich mierniki	2
<b>W5</b>	Międzynarodowa wymiana gospodarcza: handel zagraniczny, rynek walutowy, bilans handlowy i płatniczy, międzynarodowy rynek finansowy	2
<b>W6</b>	Marketing: przesłanki działalności marketingowej w przedsiębiorstwie, zarządzanie produktem, organizowanie dystrybucji produktów, promocja produktów, programowanie cen produktów, zarządzanie marketingowe, marketing międzynarodowy	3

ĆWICZENIA AUDYTORYJNE		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
<b>C1</b>	Zadania sytuacyjne Narzędzia analizy ekonomicznej, Popyt i podaż oraz równowaga rynkowa, Elastyczność cenowa, dochodowa i mieszana, Ceny minimalne i maksymalne, (zdania sytuacyjne)	5
<b>C3</b>	Nominalny i realny PKB, deflator PKB, wskaźnik CPI, wskaźnik inflacji, wskaźnik bezrobocia, płace realne i nominalne, sposoby obliczania PKB zdania sytuacyjne, case study	5
<b>C4</b>	Rynek walutowy: kursy bieżące i terminowe, zdania sytuacyjne, case study	2
<b>C5</b>	Marketing mix i strategie marketingowe case study	3

## 7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

**N1** Ćwiczenia projektowe

**N2** Materiały prasowe

**N3** Tablica dydaktyczna

**N4** Kalkulator

**N5** Zadania tablicowe

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Konsultacje przedmiotowe	2
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	20
Opracowanie wyników	3
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	3
rozwiązywanie zadań	15
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>75</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3.00

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Aktywność na zajęciach

### OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Zaliczenie pisemne

### WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

W1 Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie ocen pozytywnych z zaliczenia wykładu i ćwiczeń. Ocena końcowa jest obliczana ze wzoru:  $0,5 \cdot \text{ocena z części wykładowej} + 0,5 \cdot \text{ocena z ćwiczeń projektowych}$ .

### KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%

NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny podjętych działań
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny podjętych działań
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny podjętych działań
EFEKT KSZTAŁCENIA 5	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny wskazywanych czynników

NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny wskazywanych czynników
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny wskazywanych czynników
EFEKT KSZTAŁCENIA 6	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
EFEKT KSZTAŁCENIA 7	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Student rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy makro i mikroekonomiczne przy niewielkim naprowadzeniu prowadzącego
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.5	*

## 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_W23	Cel 1	w1	N1 N2	P1
EK2	K_W23	Cel 2	w1 c1	N1 N2 N3 N4 N5	F1 P1

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓLOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK3	K_W23	Cel 3	w3	N1 N2 N3	P1
EK4	K_U23	Cel 3	c3	N3 N4 N5	F1
EK5	K_U23	Cel 2	c1	N4 N5	F1
EK6	K_U23	Cel 5	c5	N1 N2 N4	F1
EK7	K_K01 K_K02 K_K10	Cel 2 Cel 5	c1 c3 c4 c5	N1 N3 N5	F1

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | Samuelson Paul A., Nordhaus William D. — *Ekonomia*, Poznań, 2017, Dom Wydawniczy Rebis
- [2] | Marciniak S. — *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy współczesności*, Warszawa, 2017, PWN
- [3] | Krugman P., Wells R. — *Mikroekonomia*, Warszawa, 2017, PWN
- [4] | Krugman P., Wells R. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2017, PWN
- [5] | Kotler P., Keller K. L. — *Marketing*, Poznań, 2012, Regis
- [6] | Kaczmarczyk S. — *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne.*, Warszawa, 2011, PWE

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

- [1] | Buko J. — *Polityka gospodarcza*, Szczecin, 2015, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego
- [2] | Rybiński K. — *Ekonomia w matriksie*, Lublin, 2014, Wydawnictwo Słowa i Myśli
- [3] | Blanchard O. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2011, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer
- [4] | Wolska G. — *Mikroekonomia. Pojęcie-przedmiot-ewolucja*, Warszawa, 2014, PWE
- [5] | Begg D., Vernasca G., Fischer S., Dornbusch R. — *Mikroekonomia*, Warszawa, 2014, PWE
- [6] | Begg D., Vernasca G., Fischer S., Dornbusch R. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2014, PWE
- [7] | Królewski J., Sala P. — *E-marketing. Współczesne trendy.*, Warszawa, 2014, PWN

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Aleksandra Ciastoń-Ciulkin (kontakt: [aciaston-ciulkin@pk.edu.pl](mailto:aciaston-ciulkin@pk.edu.pl))



## OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr inż. Aleksandra Ciastoń-Ciulkin (kontakt: [aciaston-ciulkin@pk.edu.pl](mailto:aciaston-ciulkin@pk.edu.pl))

2 dr inż. Waldemar Parkitny (kontakt: [wpark@pk.edu.pl](mailto:wpark@pk.edu.pl))

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

---

(miejsowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....

.....