

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2022/2023

Wydział Mechaniczny

Kierunek studiów: Środki Transportu i Logistyka

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: niestacjonarne

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 |                                        |
| KOD PRZEDMIOTU                          | WM ŚTIL oIN C10 22/23                  |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU                    | Przedmioty specjalnościowe             |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS                     | 3.00                                   |
| SEMESTRY                                | 7                                      |

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

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA | LABORATORIUM | LABORATORIUM<br>KOMPUTERO-<br>WE | PROJEKT | SEMINARIUM |
|---------|--------|-----------|--------------|----------------------------------|---------|------------|
| 7       | 9      | 0         | 0            | 0                                | 0       | 9          |

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** Zdobyć wiedzy 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

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

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

| 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                                                             | 1                |
| <b>W2</b> | Analiza marki, stanu przedsiębiorstwa, konkurencji i rynku                                                                                                                          | 1                |
| <b>W3</b> | Określanie celów strategii - planowanie marketingowo-logistyczne. Wybrane strategie marketingowo-logistyczne - możliwe zastosowanie, techniki łączenia oraz praktyczne zastosowanie | 1                |
| <b>W4</b> | Kreowanie wizerunku oraz Corporate Identity. Wybrane koncepcje zarządzania w logistyce - Lean Management, Agile Management, Total Quality Management                                | 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                                                                    | 1                |
| <b>W7</b> | Zintegrowane systemy zarządzania, zarządzanie logistyką przedsiębiorstwa. System zarządzania jakością zgodny z normą PN-EN ISO 9001:2009                                            | 1                |

| SEMINARIUM |                                                                                                                                         |                  |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP         | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                  | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>S2</b>  | Opracowanie wariantów strategicznych dla możliwych sytuacji rynkowych z uwzględnieniem opcji optymistycznej i pesymistycznej            | 3                |
| <b>S3</b>  | Opracowanie kampanii reklamowej dla wybranej firmy logistycznej oraz wskazanie możliwości poprawy jakości oferowanych usług i produktów | 3                |

| SEMINARIUM |                                                                                                                                                              |                  |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP         | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                       | LICZBA<br>GODZIN |
| S4         | Prezentacja wykonanych projektów, podjęcie dyskusji na temat możliwego udoskonalenia strategii, jakości oraz działań reklamowych omawianego przedsiębiorstwa | 3                |

## 7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Wykłady

N2 SeminaRIA

N3 Prezentacje multimedialne

## 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                                                               | 18                                                      |
| Konsultacje przedmiotowe                                                                         | 3                                                       |
| 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                               | 2                                                       |
| Opracowanie wyników                                                                              | 7                                                       |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 10                                                      |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z<br/>CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>    | <b>42</b>                                               |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU                                                    | 3.00                                                    |

## 9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Prezentacja zespołowa

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Egzamin pisemny

**P2** Średnia ważona ocen formujących

## KRYTERIA OCENY

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 |                                                                                                                                                                    |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 3.0        | Student zna podstawowych pojęć z zakresu funkcjonowania rynku                                                                                                      |
| NA OCENĘ 4.0        | Student rozumie i umie definiować podstawowe pojęcia                                                                                                               |
| NA OCENĘ 5.0        | Umiejętność definiowanie podstawowych pojęć z zakresu funkcjonowania rynku, narzędzi marketingowych oraz charakteryzowanie podstawowych metod badań marketingowych |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 |                                                                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Student potrafi wykonać podstawową analizę rynku                                                                                                                   |
| NA OCENĘ 4.0        | Student potrafi wykonać podział rynku na segmenty                                                                                                                  |
| NA OCENĘ 5.0        | Student potrafi wykonać złożoną analizę rynku                                                                                                                      |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 4 |                                                                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność opracowania przynajmniej dwóch wariantów strategicznych dla przedsiębiorstwa logistycznego                                                             |
| NA OCENĘ 4.0        | Umiejętność opracowania przynajmniej czterech wariantów strategicznych dla przedsiębiorstwa logistycznego                                                          |
| NA OCENĘ 5.0        | Umiejętność opracowania wariantów strategicznych dla sytuacji kryzysowych przedsiębiorstwa logistycznego                                                           |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 5 |                                                                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 3.0        | Umiejętność współpracy w grupie                                                                                                                                    |
| NA OCENĘ 4.0        | Umiejętność współpracy w grupie, przydzielania zadań dla członków zespołu                                                                                          |
| NA OCENĘ 5.0        | Umiejętność współpracy w grupie, ustalania zadań w zależności od kompetencji członków zespołu                                                                      |

## 10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

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

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | Wojciechowski T. — *Marketingowo-logistyczne zarządzanie przedsiębiorstwem*, Warszawa, 2011, Difin
- [2] | Rudawska I., Soboń M. — *Przedsiębiorstwo i klient w gospodarce opartej na usługach*, Warszawa, 2009, Difin
- [3] | 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, PWN

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Augustyn, Krzysztof Lorenc (kontakt: [alorenc@pk.edu.pl](mailto:alorenc@pk.edu.pl))

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

- 1 dr inż. Augustyn Lorenc (kontakt: [alorenc@pk.edu.pl](mailto:alorenc@pk.edu.pl))
- 2 mgr inż. Elżbieta Wyraz (kontakt: [elzbieta.wyraz@mech.pk.edu.pl](mailto:elzbieta.wyraz@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)

.....

.....