

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2013/2014

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 W JĘZYKU ANGIELSKIM	Marketing and Logistic Service Quality
KOD PRZEDMIOTU	T328
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	3.00
SEMESTRY	6

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

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

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

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA 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 NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	0
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 CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>60</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3.00

## 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, K1_UP09, K1_K02	Cel 1 Cel 2	S1 W1 W2 W3 W4 W6	N1 N4 N5	F1 P1 P2
EK2	K1_UP09, K1_UP14, K1_K02	Cel 1 Cel 2	S2 W1 W2 W3 W4 W6	N1 N4 N5	F1 P1 P2
EK3	K1_UO04, K1_UP09, K1_UP14	Cel 1 Cel 2	S2 S3 S4 W1 W2 W3 W4 W6 W7	N1 N5 N6	F1 P1 P2
EK4	K1_UO04, K1_UP09, K1_K02	Cel 1 Cel 2	S2 S3 W1 W2 W3 W5 W6 W7	N1 N2 N3 N5	F1 P1 P2
EK5	K1_UO04, K1_UP14, K1_K02	Cel 1 Cel 2 Cel 3	S2 S3 S4 W1 W3 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, K1_UP09, K1_UP14, K1_K02	Cel 2 Cel 3	S1 S2 S3 S4 W1 W2 W4 W5 W6 W7	N1 N2 N3 N4 N5 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 Tułeczki (kontakt: a.tulecki@m8.mech.pk.edu.pl)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr inż. Adam Tułeczki (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

(miejsowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)



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

.....

.....