

POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

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 B11 15/16
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty podstawowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	5.00
SEMESTRY	1

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	LABORATORIA	LABORATORIA KOMPUTERO- WE	PROJEKTY	SEMINARIUM
1	45	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

Cel 3 Zapoznanie studentów z podmiotami gospodarującymi na rynku

- Cel 4** Zapoznanie studentów z prawami rządzącymi rynkiem finansowym i kapitałowym
- Cel 5** Zapoznanie studentów z prawami ekonomicznymi regulującymi funkcjonowanie państwa we współczesnej gospodarce rynkowej
- Cel 6** Zapoznanie studentów z prawami obowiązującymi na rynku pracy
- Cel 7** Zapoznanie studentów z czynnikami kształtującymi koniunkturę gospodarczą
- Cel 8** Zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z międzynarodową wymianą gospodarczą: handel zagraniczny, rynek walutowy, bilans handlowy i płatniczy, międzynarodowy rynek finansowy
- Cel 9** Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z marketingiem
- Cel 10** Zapoznanie studentów z elementami marketingu mix
- Cel 11** Zapoznanie studentów z zasadami i przesłankami prowadzenia badań marketingowych

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- 1 Wiedza z zakresu ekonomii i gospodarowania pozyskana na etapie szkoły ponadgimnazjalnej.

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

- EK1 Wiedza** Student wie dlaczego ekonomia zaliczana jest do nauk społecznych
- EK2 Wiedza** Student zna narzędzia kształtujące rynek
- EK3 Wiedza** Student zna i opisuje rodzaje podmiotów gospodarujących na rynku
- EK4 Wiedza** Student zna zasady kształtowania rynku finansowego i kapitałowego oraz opisuje jego instrumenty
- EK5 Wiedza** Student zna czynniki mające wpływ na wzrost i rozwój gospodarczy
- EK6 Wiedza** Student zna instrumenty występujące w międzynarodowej wymianie handlowej
- EK7 Wiedza** Student zna podstawowe pojęcia związane z marketingiem
- EK8 Umiejętności** Student umie ocenić stan koniunktury gospodarczej w zależności od poziomu wskaźników makroekonomicznych
- EK9 Umiejętności** Student umie dobrać niezbędne działania łagodzące przebieg cykli koniunkturalnych
- EK10 Umiejętności** Student umie zaproponować najefektywniejsze działania ograniczające bezrobocie
- EK11 Umiejętności** Student umie zaplanować strategię marketingową z wykorzystaniem wszystkich elementów marketingu mix
- EK12 Umiejętności** Student umie zaprojektować badanie marketingowe w zależności od celu badania
- EK13 Kompetencje społeczne** Student samodzielnie rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy towarzyszące prowadzenia działalności gospodarczej przestrzegając zasad etyki
- EK14 Kompetencje społeczne** Student samodzielnie rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy makroekonomiczne powstające w dobie globalizacji

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	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	9
W2	Podmioty gospodarujące: uczestnicy procesu gospodarowania i powiązania między nimi, gospodarstwo domowe jako podmiot gospodarujący, przedsiębiorstwo Gospodarowanie budżetem konsumenta Decyzje konsumenta: gospodarowanie budżetem konsumenta, decyzje dotyczące konsumpcji Decyzje producenta: cele i podstawowe decyzje producenta, koszty i przychody, ekonomiczne podstawy podejmowania decyzji przez producenta	9
W3	Rynek kapitałowy: inwestowanie na rynku kapitałowym Państwo jako podmiot regulujący gospodarkę: rola państwa we współczesnej gospodarce rynkowej, budżet państwa, polityka fiskalna państwa, system bankowy, polityka pieniężna państwa Rynek pracy, bezrobocie, polityka zwalczania bezrobocia	9
W4	Inflacja i polityka antyinflacyjna, cykle gospodarcze (konjunkturalne) Wzrost i rozwój gospodarczy i ich mierniki Międzynarodowa wymiana gospodarcza: handel zagraniczny, rynek walutowy, bilans handlowy i płatniczy, międzynarodowy rynek finansowy	9
W5	Marketing: przesłanki działalności marketingowej w przedsiębiorstwie, badania marketingowe, zarządzanie produktem, organizowanie dystrybucji produktów, promocja produktów, programowanie cen produktów, zarządzanie marketingowe, marketing międzynarodowy	9

ĆWICZENIA AUDYTORYJNE		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Zadania sytuacyjne Narzędzia analizy ekonomicznej Popyt i podaż oraz równowaga rynkowa zdania sytuacyjne Elastyczność cenowa, dochodowa i mieszana zdania sytuacyjne Ceny minimalne i maksymalne zdania sytuacyjne	3
C2	Mikroekonomiczna teoria przedsiębiorstwa zdania sytuacyjne Struktury rynku zdania sytuacyjne Efektywność rynku zdania sytuacyjne	3
C3	Nominalny i realny PKB, deflator PKB, wskaźnik CPI, wskaźnik inflacji, wskaźnik bezrobocia, płace realne i nominalne, sposoby obliczania PKB zdania sytuacyjne, case study	3
C4	Rynek walutowy: kursy bieżące i terminowe. Handel międzynarodowy: przewaga absolutna i komparatywna produktywności zdania sytuacyjne, case study	3
C5	Marketing mix i strategie marketingowe case study	3

7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Ćwiczenia projektowe

N2 Materiały prasowe

N3 Akty prawne regulujące działalność przedsiębiorczą

N4 Tablica dydaktyczna

N5 Kalkulator

N6 Zadania tablicowe

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	60
Konsultacje przedmiotowe	8
Egzaminy i zaliczenia w sesji	6
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	50
Opracowanie wyników	8
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	8
zbieranie danych	10
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	150
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	5.00

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Kolokwium

F2 Aktywność na zajęciach

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Egzamin pisemny

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

W1 Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie ocen pozytywnych z egzaminu pisemnego i ćwiczeń projektowych. Ocena końcowa jest obliczana ze wzoru: $0,7 \cdot \text{ocena z egzaminu} + 0,3 \cdot \text{ocena z ćwiczeń projektowych}$.

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 2	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 60%
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	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 5	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 6	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 7	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 8	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 9	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 10	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 11	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 12	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 13	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
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 14	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 60%
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%

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 N6	F1 P1
EK3	K_W23	Cel 3	w2 c2	N1 N2 N3 N4 N5 N6	F1 P1

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK4	K_W23	Cel 4	w3	N1 N2 N3	P1
EK5	K_W23	Cel 5 Cel 6 Cel 7	w3	N1 N2 N3	P1
EK6	K_W23	Cel 8	w4	N1	P1
EK7	K_W23	Cel 9 Cel 10 Cel 11	w5	N1	P1
EK8	K_U23	Cel 5 Cel 7	c3	N4 N5 N6	F1 F2
EK9	K_U23	Cel 7	c3	N5	F2
EK10	K_U23	Cel 7 Cel 8	c3 c4	N4 N5	F2
EK11	K_U02 K_U03 K_U04	Cel 9 Cel 10	c5	N1 N2 N4	F1 F2
EK12	K_U01 K_U03 K_U04	Cel 11	c5	N4 N5	F1 F2
EK13	K_K02 K_K06 K_K10	Cel 2 Cel 3 Cel 4 Cel 9 Cel 10 Cel 11	c1 c2 c3 c4 c5	N1 N4 N6	F2
EK14	K_K02 K_K09	Cel 4 Cel 5 Cel 6 Cel 7 Cel 8	c1 c2 c3 c4 c5	N1 N4 N6	F2

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | Samuelson Paul A., Nordhaus William D. — *Ekonomia*, Poznań, 2012, Dom Wydawniczy Rebis
- [2] | Marciniak S. — *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy współczesności*, Warszawa, 2013, PWN
- [3] | Krugman P., Wells R. — *Mikroekonomia*, Warszawa, 2012, PWN
- [4] | Krugman P., Wells R. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2012, PWN
- [5] | Kotler P., Keller K. L. — *Marketing*, Poznań, 2012, Regis
- [6] | Kaczmarczyk S. — *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne.*, Warszawa, 2011, PWE
- [7] | Mazurek-Łopacińska K. — *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*, Warszawa, 2012, PWN
- [8] | Michalski E. — *Marketing. Podręcznik akademicki.*, Warszawa, 2009, PWN

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

LITERATURA DODATKOWA

- [1] | Akerlof G.A., Shiller R.J. — *Zwierzęce instynkty*, Warszawa, 2010, EMKA
- [2] | Żakowski J. — *Zawał Zrozumieć kryzys*, Warszawa, 2009, Polityka Spółdzielnia Pracy
- [3] | Lubowski A. — *Świat 2040. Czy zachód musi przegrać?*, , 2013, ZNAK
- [5] | Kotler P., Caslione J.A. — *Chaos Zarządzanie i marketing w erze turbulencji*, Warszawa, 2013, Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o.

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

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

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

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

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....