

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

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 15/16
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
<b>K1</b>	Omówienie zakresu ćwiczenia. Wydanie tematów.	3
<b>K2</b>	Projekt badań marketingowych. Metody zdobywania informacji marketingowych. Dobór próby badawczej	4
<b>K3</b>	Projekt narzędzia badawczego. Dobór skal i pytań kwestionariuszowych	4
<b>K4</b>	Weryfikacja narzędzia badawczego. Badania pilotażowe. Zaliczenie	4

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
<b>W1</b>	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
<b>W2</b>	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
<b>W3</b>	Metody promocji. Reklama. Pakiet prezentacyjny organizacji związanej z działalnością w zakresie inżynierii wodnej i komunalnej	4
<b>W4</b>	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
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Konsultacje przedmiotowe	10
Egzaminy i zaliczenia w sesji	5
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	10
Opracowanie wyników	10
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	10
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>75</b>
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-W11, K-K01	Cel 1	k1 w1	N1 N3	F1 F2 P1
EK2	K-W11, K-W17, K-W18, K-K01	Cel 2	k2 k3 k4 w2	N1 N2 N3 N4	F1 F2 P1
EK3	K-W11, K-K01, K-K02	Cel 3	w3	N1 N2 N3 N4	F1 F2 P1
EK4	K-W11, K-K01	Cel 4	w4	N1 N2 N3 N4	F1 F2 P1

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

[1 ] Radziszewska-Zielina E. — *Metody badan 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](mailto:eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl))

**OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT**

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

**13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI**

---

(miejsowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

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

.....