



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Marketing i zarządzanie

Przedmiot

Kierunek studiów

Technologia chemiczna

Studia w zakresie (specjalność)

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

I/2

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

20

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

Projekty/seminaria

Liczba punktów ECTS

3

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Krzysztof Kołodziejczyk

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

e-mail: krzysztof.kolodziejczyk@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Wymagania wstępne

Student zna podstawowe prawa rynku, ma podstawową wiedzę z przedsiębiorczości.

Student potrafi zdefiniować podstawowe zjawiska ekonomiczne i społeczne, opisać podstawowe struktury organizacyjne przedsiębiorstw, potrafi ocenić informacje medialne.

Student współdziała i pracuje w grupie, uczestniczy w przygotowaniu projektów uwzględniających aspekty ekonomiczne, działa w sposób przedsiębiorczy, realizuje proces samokształcenia.

Cel przedmiotu

Opanowanie wiedzy z zakresu podstaw teorii zarządzania i funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. Zrozumienie zasady działania mechanizmu rynkowego. Przekazanie wiedzy w



zakresie warunków kształtowania konkurencyjności działania przedsiębiorstw. Nabycie przez studentów umiejętności samodzielnego podejmowania decyzji w procesie prowadzenia działalności gospodarczej.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Student ma wiedzę ogólną niezbędną do rozumienia społecznych, ekonomicznych, prawnych i innych pozatechnicznych uwarunkowań działalności inżynierskiej - [K_W16]
2. Student posiada podstawową wiedzę dotyczącą zarządzania, w tym zarządzania jakością, prowadzenia działalności gospodarczej oraz ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, a także transferu technologii, potrafi korzystać z zasobów informacji patentowej - [K_W17]
3. Student zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z zakresu technologii chemicznej - [K_W19]

Umiejętności

1. Student potrafi pracować zarówno indywidualnie, jak i zespołowo w środowisku zawodowym i innym. - [K_U02]
2. Student posiada umiejętność posługiwania się słownictwem specjalistycznym w języku polskim. - [K_U03]
3. Student ma umiejętność samokształcenia - [K_U05]
4. Student potrafi dokonać wstępnej analizy ekonomicznej podejmowanych działań inżynierskich w technologii chemicznej - [K_U11]
5. Student ocenia efekty ekonomiczne działań modernizacyjnych przy realizacji procesów i technologii chemicznych - [K_U30]

Kompetencje społeczne

1. Student rozumie potrzebę dokształcania się i podnoszenia swoich kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych - [K_K01]
2. Student potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role - [K_K03]
3. Student potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego zadania - [K_K04]
4. Student potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy - [K_K06]

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wykłady kończą się zaliczeniem pisemnym (kolokwium) sprawdzającym opanowanie i zrozumienie całości materiału oraz umiejętności wyciągania z tej wiedzy wniosków.

Treści programowe

1. Zarządzanie i jego funkcje.



2. Podstawy teorii przedsiębiorstwa (pojęcie przedsiębiorstwa, rodzaje i cele działalności).
3. Przedsiębiorczość podmiotów gospodarczych.
4. Strategie zarządzania przedsiębiorstwem.
5. Rozwój marketingowej koncepcji zarządzania.
6. Teoretyczne aspekty konkurencji i konkurencyjności.
7. Rola państwa w kształtowaniu warunków wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw.
8. Zewnętrzne sposoby wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw - zmiany strukturalno-własnościowe.
9. działania przedsiębiorstw w zakresie promocji.
10. Formy i kanały komunikacji marketingowej.

Metody dydaktyczne

Wykład w formie prezentacji multimedialnej, dyskusja

Literatura

Podstawowa

1. Griffin R.W., Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa 2013.
2. Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa, red. R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010.
3. Skawińska E., Zalewski R.I., Klastry biznesowe w rozwoju konkurencyjności i innowacji regionów. Świat -Europa-Polska, PWE, Warszawa 2009.
4. Mruk H., Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2012.

Uzupełniająca

1. Hołub-Iwan J., Perenc J., Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm. Znaczenia, wsparcie, przykłady zastosowań, C.H Beck, Warszawa 2011.
2. Glinka G., Gudkova S., Przedsiębiorczość, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.
3. Porter M.E., Przewaga konkurencyjna, Wyd. Helion, Gliwice 2006.
4. Badzińska E., Konkurowanie przedsiębiorstw w segmencie młodych konsumentów, PWE, Warszawa 2011.
5. Kotler Ph, Marketing, Rebis, Poznań 2005



Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	75	3,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	30	1,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zaliczenia) ¹	45	2,0

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności