

1.	Nazwa kierunku	inżynieria materiałowa
2.	Cykl rozpoczęcia	2015/2016 (semestr zimowy), 2016/2017 (semestr zimowy), 2017/2018 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia (inżynierskie)
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Wybrane zagadnienia z marketingu

Kod modułu: IM1A_WZM

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
IM1A_WZM_1	Student ma elementarną wiedzę w zakresie marketingu, zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju firm, badania rynków i dopasowywania oferty organizacji do oczekiwań odbiorców.	IM1A_W27	5
IM1A_WZM_2	Student posiada umiejętności w stosowaniu teorii marketingu w praktyce, potrafi badać rynek i analizować otoczenie, konkurentów i potencjał przedsiębiorstwa oraz budować strategie marketingowe.	IM1A_U02 IM1A_U17	2 5
IM1A_WZM_3	Student rozumie potrzebę badania rynków i działania organizacji zgodnie z zapotrzebowaniem odbiorców.	IM1A_K01 IM1A_K04	1 3
IM1A_WZM_4	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole; umie oszacować czas potrzebny na realizację zleconego zadania; potrafi opracować i zrealizować harmonogram prac zapewniający dotrzymanie terminów	IM1A_U02	5
IM1A_WZM_5	Student posiada umiejętność samokształcenia się, m.in. w celu uaktualnienia wiedzy oraz podnoszenia kompetencji zawodowych	IM1A_U06	3
IM1A_WZM_6	Student potrafi opracować misję i cele organizacji, prowadzić negocjacje, opracować i wdrożyć strategie rozwoju organizacji, potrafi rozpoznać funkcje zarządzania w poszczególnych procesach	IM1A_U18	3
IM1A_WZM_7	Student ma świadomość odpowiedzialności za pracę własną oraz gotowość podporządkowania się zasadom pracy w zespole i ponoszenia odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania	IM1A_K03	5

3. Opis modułu	
Opis	Moduł Wybrane zagadnienia z marketingu mają umożliwić studentowi/studentce zapoznanie się z podstawowymi pojęciami dotyczącymi zasad tworzenia i rozwoju firm, badań rynków i dopasowywania swojej oferty do oczekiwań nabywców oraz nabycie umiejętności analizowania otoczenia, konkurentów i potencjału oraz pozycji rynkowej przedsiębiorstwa. Treści merytoryczne: przesłanki działalności marketingowej w przedsiębiorstwie; wpływ otoczenia na funkcjonowanie marketingu; rynek docelowy

	przedsiębiorstwa; koncepcja marketing-mix; planowanie marketingowe produktu, rozwój produktu; organizowanie dystrybucji produktów; koncepcja działalności promocyjnej; instrumenty promotion-mix; cena jako narzędzie marketingu; strategie marketingowe;
Wymagania wstępne	Wymagana jest wiedza z zakresu podstaw zarządzania i mikroekonomii.

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
IM1A_WZM_w_1	Egzamin pisemny - test wiedzy	sprawdzian wiedzy teoretycznej uzyskanej w trakcie wykładów, podczas pracy własnej ze wskazaną literaturą oraz podczas ćwiczeń; w formie testu zbudowanego z pytań obejmujących wszystkie obszary tematyczne zajęć	IM1A_WZM_1, IM1A_WZM_2, IM1A_WZM_3, IM1A_WZM_4, IM1A_WZM_5
IM1A_WZM_w_2	Projekt	pisemna praca zespołowa – zastosowanie wiedzy teoretycznej dla rozwiązania powierzonego zadania praktycznego	IM1A_WZM_1, IM1A_WZM_2, IM1A_WZM_3, IM1A_WZM_4, IM1A_WZM_5, IM1A_WZM_6, IM1A_WZM_7

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
IM1A_WZM_fs_1	wykład	wykład treści teoretycznych z zakresu podstawowych zagadnień marketingu w formie prezentacji multimedialnej	15	Praca ze wskazaną literaturą obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy w odniesieniu do podstawowych zagadnień	40	IM1A_WZM_w_1
IM1A_WZM_fs_2	konwersatorium	zajęcia prowadzone w formie konwersatoryjnej, polegają na rozwiązywaniu zadań o charakterze studium przypadku w oparciu o treści teoretyczne, dyskusji grupowej i prezentacji wyników prac zespołów na forum	15	Przygotowanie do ćwiczeń poprzez samodzielne studiowanie wskazanych zagadnień z literatury; przygotowanie pracy pisemnej w zespole studentów, zgodnie z wymaganiami prowadzącego	20	IM1A_WZM_w_2