

| | | |
|----|---------------------------|--|
| 1. | Nazwa kierunku | inżynieria materiałowa |
| 2. | Cykl rozpoczęcia | 2014/2015 (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 | <p>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.</p> <p>Treści merytoryczne: przesłanki działalności marketingowej w przedsiębiorstwie; wpływ otoczenia na funkcjonowanie marketingu; rynek docelowy</p> |
|-------------|---|

| | |
|--------------------------|---|
| | 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 | 30 | Praca ze wskazaną literaturą obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy w odniesieniu do podstawowych zagadnień | 25 | 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 | 15 | IM1A_WZM_w_2 |