

1.	Nazwa kierunku	zarządzanie zasobami ludzkimi
2.	Cykl rozpoczęcia	2015/2016 (semestr zimowy), 2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	praktyczny
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Podstawy marketingu

Kod modułu: 06-ZZL-S1-PM

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PM_1	Posiada podstawową wiedzę o typowych rodzajach struktur i instytucji społecznych, zwłaszcza ekonomicznych, prawnych i politycznych, rozumie zachodzące między nimi relacje oraz rozpoznaje podstawowe więzi społeczne w sektorach gospodarki, sektorze publicznym i instytucjach je wspierających. Rozumie prawidłowości rządzące sektorem publicznym, prywatnym i trzecim sektorem oraz charakter występujących w nich więzi społecznych.	ZZL1_W03	5
PM_2	Ma podstawową wiedzę na temat norm i reguł kształtujących funkcjonowanie i wpływających na procesy zmian instytucji społecznych, organizacji, grup i jednostek w systemach społecznych, wypracowanych na gruncie nauk społecznych i pokrewnych.	ZZL1_W04	5
PM_3	Posiada wiedzę na temat metod, technik i narzędzi pozyskiwania, tworzenia, analizy i ochrony danych, informacji i wiedzy niezbędnych dla funkcjonowania organizacji społecznych. Rozpoznaje źródła danych, informacji i wiedzy niezbędnych w ww. procesach	ZZL1_W09	4
PM_4	Posiada umiejętność formułowania, analizowania i rozwiązywania problemów związanych z funkcjonowaniem organizacji oraz jednostek i grup w ramach organizacji na podstawie przyswojonej wiedzy teoretycznej z zakresu nauk związanych z kierunkiem studiów	ZZL1_U01	5
PM_5	Umie identyfikować, pozyskiwać i analizować dane, informacje i wiedzę niezbędną do zrozumienia zjawisk zachodzących w organizacjach społecznych. Potrafi opisać analizować podstawowe związki przyczynowo-skutkowe o charakterze prawnym, ekonomicznym, psychologicznym, socjologicznym i technicznym typowe dla organizacji społecznych, zarówno w formie pisanej jak i podczas wystąpień ustnych.	ZZL1_U06 ZZL1_U10 ZZL1_U11	5 5 5
PM_6	Rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do rozwiązywanych problemów, integrowania i aktualizowania wiedzy i umiejętności związanych z funkcjonowaniem organizacji oraz jest świadomy zmian otoczenia prawnego i gospodarczego organizacji. Rozumie konieczność praktykowania samokształcenia służącego pogłębianiu wiedzy.	ZZL1_K01 ZZL1_K02	4 4
PM_7	Jest przedsiębiorczy, potrafi właściwie określić priorytety służące realizacji celów i zadań organizacji oraz celów i zadań związanych z własnym rozwojem.	ZZL1_K05	4

PM_8	Potrafi samodzielnie wykorzystywać wiedzę, metody, narzędzia i techniki służące funkcjonowaniu organizacji, pracując indywidualnie oraz w zespołach.	ZZL1_K08	4
		ZZL1_K09	4

3. Opis modułu	
Opis	Moduł ma 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
PM_w1	praca zaliczeniowa zespołowa	pisemna praca zespołowa – zastosowanie wiedzy teoretycznej dla rozwiązania powierzonego zadania praktycznego	PM_1, PM_2, PM_3, PM_4, PM_5, PM_6, PM_7, PM_8
PM_w2	prezentacja	prezentacja wyników pracy zespołowej na forum grupy ćwiczeniowej i obrona prezentowanego stanowiska w czasie dyskusji	PM_3, PM_4, PM_5
PM_w3	ocena ciągła	obserwacja postępów w uczeniu się oraz pracy indywidualnej i zespołowej, ocena indywidualnej aktywności i zaangażowania słuchacza w zajęcia	PM_1, PM_2, PM_3, PM_4, PM_5, PM_6, PM_7, PM_8

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	
PM_fs1	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	10	PM_w1
PM_fs2	ćwiczenia	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 i zespołowe studiowanie wskazanych zagadnień z literatury i innych źródeł; przygotowanie pracy pisemnej i prezentacji w zespole studentów, zgodnie z wymaganiami prowadzącego	20	PM_w1, PM_w2, PM_w3