

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Instytut Techniczny

Kierunek studiów: Zarządzanie i inżynieria produkcji

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Niestacjonarne

Kod kierunku: 06.9

Stopień studiów: II

Specjalności: Ekonomia i organizacja produkcji i usług

### 1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Zarządzanie marketingowo-logistyczne
KOD PRZEDMIOTU	IT 06.9 PIIN CE3 15/16
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	4
SEMESTRY	2

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	LABORATORIUM	PROJEKT	SEMINARIUM
2	8	15			

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** zapoznanie z pojęciami zarządzania marketingowego, wartości

**Cel 2** nabycie umiejętności tworzenia wartości w ramach koncepcji zarządzania marketingowo-logistycznego w przedsiębiorstwie produkcyjno-usługowym

**Cel 3** nabycie umiejętności diagnozowania warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa i wykorzystywania jej w procesie zarządzania strategicznego firmą



## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a podstawy z zakresu marketingu

b podstawy z zakresu zarządzania

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1** Wiedza: Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania marketingowego, wartości, koncepcji tworzenia wartości w przedsiębiorstwie produkcyjno-usługowym

**EK2** Umiejętności: Potrafi właściwie analizować warunki funkcjonowania przedsiębiorstwa i wykorzystać je w procesie zarządzania strategicznego

**EK3** Umiejętności: Potrafi właściwie dobierać poznane metody i techniki do oceny efektywności procesów tworzenia wartości w przedsiębiorstwie produkcyjno-usługowym

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

### WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Podstawy koncepcji zarządzania marketingowo-logistycznego	2
W2	Wybrane koncepcje tworzenia wartości	2
W3	Problematyka efektywności procesów tworzenia wartości - wybrane zagadnienia	2
W4	Wybrane koncepcje i systemy zarządzania wspierające tworzenie wartości	2
	RAZEM	8

### ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Marketing i logistyka jako koncepcje rynkowo zorientowanego zarządzania	2
C2	Znaczenie orientacji na procesy w tworzeniu wartości dodanej.	3
C3	Uwarunkowania efektywności procesów tworzenia wartości	5
C4	Zastosowanie zarządzania marketingowo-logistycznego na wybranych przykładach	5
	RAZEM	15

## 7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Dyskusja

M2 Prezentacje multimedialne

M3 Wykłady

M4 Studium przypadku

M5 Burza mózgów



## 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	23
Konsultacje przedmiotowe	6
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	30
Opracowanie wyników	9
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	30
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>100</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	4

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Aktywność na zajęciach

F2 Test

### KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 1
NA OCENĘ 3	Student zna podstawowe pojęcia z zarządzania marketingowego, wartości, koncepcji tworzenia wartości na poziomie dostatecznym	wykład, ćwiczenia	Ocena wyliczona ze średniej arytmetycznej z odpowiedzi ustnych na ćwiczeniach i testu z wykładów
NA OCENĘ 4	Student zna podstawowe pojęcia z zarządzania marketingowego, wartości koncepcji tworzenia wartości na poziomie dobrym		
NA OCENĘ 5	Student zna podstawowe pojęcia z zarządzania marketingowego, wartości, koncepcji tworzenia wartości na poziomie bardzo dobrym		
EFEKT KSZTAŁCENIA 2		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 2
NA OCENĘ 3	Student w stopniu poniżej przeciętnym potrafi zanalizować warunki funkcjonowania przedsiębiorstwa i wykorzystać je w procesie zarządzania strategicznego	wykład, ćwiczenia	Ocena wyliczona ze średniej arytmetycznej z odpowiedzi ustnych na ćwiczeniach i testu z wykładów
NA OCENĘ 4	Student w stopniu ponadprzeciętnym potrafi zanalizować warunki funkcjonowania przedsiębiorstwa i wykorzystać je w procesie zarządzania strategicznego		



NA OCENĘ 5	Student doskonale potrafi zanalizować warunki funkcjonowania przedsiębiorstwa i wykorzystać je w procesie zarządzania strategicznego		
EFEKT KSZTAŁCENIA 3		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 3
NA OCENĘ 3	Student na poziomie dostatecznym potrafi dobierać poznane metody i techniki do oceny efektywności procesów tworzenia wartości w przedsiębiorstwie produkcyjno-usługowym	wykład, ćwiczenia	Ocena wyliczona ze średniej arytmetycznej z odpowiedzi ustnych na ćwiczeniach i testu z wykładów
NA OCENĘ 4	Student w stopniu ponadprzeciętnym potrafi dobierać poznane metody i techniki do oceny efektywności procesów tworzenia wartości w przedsiębiorstwie produkcyjno-usługowym		
NA OCENĘ 5	Student doskonale potrafi dobierać poznane metody i techniki do oceny efektywności procesów tworzenia wartości w przedsiębiorstwie produkcyjno-usługowym		

**OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)**

Ocena do indeksu wyliczona jako średnia arytmetyczna z oceny weryfikującej: EK1, EK2, EK3

**WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU**

a Zaliczony pozytywnie test oraz wszystkie ćwiczenia

**10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU**

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	ZIP2_W15, ZIP2_W16	Cel1, Cel3	W1, W2, C1, C2	M2, M3, M5
EK2	ZIP2_W15, ZIP2_UP14, ZIP2_W16, ZIP2_UP06	Cel2, Cel3	W2, C1, C2, C3, C4	M1, M3, M4, M5
EK3	ZIP2_W15, ZIP2_UP03, ZIP2_W16, ZIP2_UP06	Cel2, Cel3	W3, W4, C3, C4	M1, M3, M4, M5



## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA:

[1] R. Matwiejczuk — *Zarządzanie marketingowo-logistyczne. Wartość i efektywność*, Warszawa, 2006, C.H.Beck

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

[1] E. Gołemska (red.) — *Kompendium wiedzy o logistyce*, Warszawa-Poznań, 1999, PWN

[2] G. Gierszewska, M. Romanowska — *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, Warszawa, 1994, PWN

[3] P. Blaik — *Logistyka*, Warszawa, 2000, PWE

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr Agata Niemczyk (kontakt: niemczya@uek.krakow.pl)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)	(odpowiedzialny za przedmiot)	(kierownik zakładu)	(dyrektor instytutu)
---------------------	-------------------------------	---------------------	----------------------

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....