

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

Kierunek studiów:	ENERGETYKA					
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia					
Profil studiów:	praktyczny					
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne					
Nazwa modułu:	Podstawy zarządzania i marketingu					
Rodzaj modułu:	MODUŁ KSZTAŁCENIA PODSTAWOWEGO					
Język wykładowy:	Język polski					
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:				
Semestr:	2	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba punktów ECTS ogółem:	2	15/12	-	-	15/10	-
Forma zaliczenia:	Zoc					
Wymagania wstępne:	Mikroekonomia i makroekonomia.					

II. CELE KSZTAŁCENIA

Cele kształcenia:

- Cel1.** nabycie podstawowej wiedzy z zakresu zarządzania i marketingu..
Cel2. umiejętność posługiwania się podstawową terminologią z zarządzania i marketingu.
Cel3. nabycie przekonania o konieczności pogłębiania wiedzy z zarządzania.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

Efekt uczenia się	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych
wiedzy:		
W01	Student ma wiedzę o istocie i podstawowych problemach zarządzania i marketingu	K1E_W12
umiejętności:		
U01	Student potrafi opisać rozwiązania składające się na proces zarządzania i marketingu	K1E_U16
kompetencji społecznych:		
K01	Student nabierze przekonania o konieczności pogłębiania wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania i marketingu	K1E_K04

IV. TREŚCI PROGRAMOWE

Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)

Wykłady:

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
w1	Istota i znaczenie zarządzania	2/1
w2	Rozwój nauki w zarządzaniu	2/2
w3	Funkcje zarządzania	4/2
w4	Współczesne koncepcje zarządzania	2/2
w5	Istota i znaczenie marketingu	2/2
w6	Marketing strategiczny	2/2
w7	Marketing - mix	1/1

Projekt:

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
pr1	Planowanie w przedsiębiorstwie	2/1
pr2	Struktura organizacyjna	3/2
pr3	Funkcja personalna	3/2
pr4	Kontrola	2/2
pr5	Strategia marketingowa	3/2
pr6	Instrumenty marketingu - mix	2/1

V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. **Metody kształcenia:** Wykład multimedialny. Projekt.
2. **Narzędzia (środki) dydaktyczne:** Tablica multimedialna.

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU

Formy zaliczenia: zaliczenie z oceną

2. Sposób weryfikacji i oceniania efektów uczenia się: sprawdzian pisemny, ocena projektu

3. Podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne określone są indywidualnie, jednak powinny zachować adekwatność wobec zaplanowanych efektów uczenia się

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	30/22
Udział w wykładach	15/12
Udział w innych formach zajęć (projekt)	15/10
Samodzielna praca studenta (godziny nie kontaktowe)	30/38
Przygotowanie do wykładu	5/13
Przygotowanie do innych form zajęć (projekt)	10/10
Przygotowanie do egzaminu	-
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (projekt)	15/15
Łączna liczba godzin	60
Punkty ECTS za moduł	2

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Przybyła M. (red.) *Organizacja i zarządzanie. Podstawy wiedzy menedżerskiej*. Wyd. Akad. Ekonom. Wrocław 2001.

Literatura uzupełniająca:

1. Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*. PWN Warszawa 1996

Na kierunkach studiów, na których obowiązują standardy kształcenia oraz odrębne przepisy określone przez właściwego ministra, karty modułów powinny także uwzględniać powyższe uregulowania

*należy odpowiednio wypełnić

** należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)