

KARTA PRZEDMIOTU

I. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE						
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH						
Kierunek studiów:		Bezpieczeństwo wewnętrzne				
Profil studiów:		Praktyczny				
Forma studiów:		Stacjonarne/niestacjonarne				
Nazwa przedmiotu:		Podstawy zarządzania i marketingu - Moduł ogólnouczelniany				
Język wykładowy:		Język polski				
Kod przedmiotu kształcenia:						
Poziom studiów:		II stopień				
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć i liczba godzin w planie studiów:				
Semestr:	1	Wykład	Ćwiczenia	Warsztaty	Seminarium	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS:	2	30/12	-	-	-	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę				
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:		podstawy marketingu, podstawy zarządzania				
II. CELE KSZTAŁCENIA						
Cele kształcenia:						
Celem zajęć jest przybliżenie problematyki zarządzania i marketingu przedsiębiorstw i zasad ich stosowania w gospodarce rynkowej.						
III. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW						
Efekt	Student, który zaliczył przedmiot w zakresie:			Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji	
wiedzy:						
W1	możliwości praktycznego zastosowania zdobytej interdyscyplinarnej wiedzy z zakresu zarządzania i marketingu związanej z bezpieczeństwem, również w trakcie prowadzenia działalności zawodowej i podczas praktyk zawodowych			K_W08	Sprawdzian wiedzy	
W2	podstawowe uwarunkowania, w tym m.in. ekonomiczne, etyczne i społeczne, związane z działalnością zawodową z zakresu bezpieczeństwa			K_W10	Sprawdzian wiedzy	
W3	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym związanej z bezpieczeństwem			K_W12	Sprawdzian wiedzy	
umiejętności:						
U1	poprzez praktyczne wykorzystanie posiadanej wiedzy formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy związane z bezpieczeństwem, a także wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów			K_U01	Obserwacja i ocena postaw studenta	
U2	właściwie dobierać źródła i pochodzące z nich informacje przy analizie i prognozowaniu potencjalnych i rzeczywistych zagrożeń bezpieczeństwa m.in. ekonomicznych w aspekcie międzynarodowym, państwowym, regionalnym i lokalnym			K_U02	Obserwacja i ocena postaw studenta	
U3	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie			K_U08	Obserwacja i ocena postaw studenta	

kompetencji społecznych:			
K1	krytycznej oceny posiadanej interdyscyplinarnej wiedzy i odbieranych treści z zakresu nauk społecznych, uznając jej znaczenie w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z zakresu bezpieczeństwa	K_K01	Obserwacja i ocena postaw studenta
K2	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	K_K04	Obserwacja i ocena postaw studenta
K3	przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych	K_K06	Obserwacja i ocena postaw studenta
IV. TREŚCI KSZTAŁCENIA			
Treści kształcenia (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)			
Wykłady:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
W1	Zarządzanie – jego istota i znaczenie. Kryteria oceny sprawności działań.	2/1	
W2	Role i umiejętności kierownicze.	2/1	
W3	Rodzaje organizacji. Modele organizacji.	2/1	
W4	Organizacja w otoczeniu jako obiekt zarządzania.	2/1	
W5	Proces zarządzania. Planowanie strategiczne.	2/1	
W6	Proces zarządzania. Planowanie operacyjne.	2/1	
W7	Proces zarządzania. Organizowanie.	2/1	
W8	Proces zarządzania. Motywowanie.	2/1	
W9	Style kierowania.	2/1	
W10	Zarządzanie jako proces informacyjno-decyzyjny.	2/0.5	
W11	Etyczny kontekst zarządzania.	2/0.5	
W12	Ewolucja i kierunki rozwoju marketingu.	2/0.5	
W13	Strategiczne planowanie marketingowe.	2/0.5	
W14	Marketingowe zarządzanie produktem.	2/0.5	
W15	E-marketing.	2/0.5	
Ćwiczenia:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			
1. Metody kształcenia: wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład problemowy, dyskusja. 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, film.			
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU			

Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria oceny formującej:

Ustny sprawdzian wiedzy – kryteria oceny:

- **5,0 (bardzo dobry)** – skomponowanie i artykulacja samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o pełnym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; wnikliwe omówienie zagadnienia; brak błędów językowych; brak błędów w kompozycji;
- **4,5 (dobry plus)** – skomponowanie i artykulacja samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o pełnym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; pełne omówienie zagadnienia; brak błędów językowych; brak błędów w kompozycji;
- **4,0 (dobry)** – skomponowanie i artykulacja samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o pełnym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; pełne omówienie zagadnienia; drobne błędy językowe; drobne błędy w kompozycji;
- **3,5 (dostateczny plus)** – podjęcie próby skomponowania i artykulacji samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o co najmniej częściowym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; całościowe, choć powierzchowne omówienie zagadnienia; drobne błędy językowe; drobne błędy w kompozycji;
- **3,0 (dostateczny)** – podjęcie próby skomponowania i artykulacji samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o co najmniej częściowym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; częściowe omówienie zagadnienia; drobne błędy językowe; drobne błędy w kompozycji;
- **2,0 (niedostateczny)** – niespełnienie kryteriów właściwych dla oceny: dostateczny (3,0).

Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- zaangażowania w pracę grupy,
- zachowań i aktywności w trakcie zajęć,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji,
- potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Kryteria oceny podsumowującej:

- średnia ocen formujących

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
<i>Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)</i>	
Udział w wykładach	30/12
Udział w ćwiczeniach, warsztatach	
Udział w seminarium	
Udział w egzaminie	1/1
Inne (jakie?)	
<i>Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)</i>	
Przygotowanie do wykładu	9/9
Przygotowanie do ćwiczeń, warsztatów,	
Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego	
Przygotowanie do egzaminu	10/28
Przygotowanie do seminarium	
Gromadzenie materiałów do projektu	
Kwerenda internetowa	
Opracowanie prezentacji multimedialnej	
Przygotowanie do praktyki zawodowej	
Inne (jakie?)	
<i>Łączna liczba godzin</i>	50
<i>Punkty ECTS za przedmiot</i>	2

VIII. LITERATURA PRZEDMIOTU

Literatura podstawowa:

1. G. Wałęga, *1000 pytań: ekonomia, finanse, zarządzanie*, Difin, Warszawa 2019.
2. G. Sobczyk (red.), *Marketing i zarządzanie*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.
3. R. F. Hartley, *Zarządzanie i marketing: spektakularne sukcesy i porażki*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2004.

Literatura uzupełniająca:

1. P. Daniluk, *Bezpieczeństwo i zarządzanie: analiza strategiczna*, Difin, Warszawa 2015.