

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY 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:	obowiązkowy					
Język wykładowy:	Język polski					
Rok studiów:	I	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:				
Semestr:	2	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba punktów ECTS ogółem:	3	15/12	-	-	15/10	-
Forma zaliczenia:	Zaliczenie na ocenę					
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 ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW

Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji
wiedzy:			
W01	Student ma wiedzę o istocie i podstawowych problemach zarządzania i marketingu	K1E_W12	Kolokwium pisemne
umiejętności:			
U01	Student potrafi opisać rozwiązania składające się na proces zarządzania i marketingu	K1E_U16	Kolokwia pisemne. Prezentacja projektu
kompetencji społecznych:			
K01	Student nabierze przekonania o konieczności pogłębienia wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania i marketingu	K1E_K04	Obserwacja zachowań.

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
p1	Planowanie w przedsiębiorstwie	2/1
p2	Struktura organizacyjna	3/2
p3	Funkcja personalna	3/2
p4	Kontrola	2/2
p5	Strategia marketingowa	3/2
p6	Instrumenty marketingu - mix	2/1
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE		
<p>1. Metody kształcenia: Wykład multimedialny. Projekt.</p> <p>2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: Tablica multimedialna.</p>		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
<p>Forma zaliczenia modułu. Kolokwium. Prezentacja projektu.</p> <p>Kryteria oceny formującej: 1. Krótkie zadania domowe. 2. Umiejętność samodzielnego rozwiązywania zadań i problemów.</p> <p>Kryteria oceny podsumowującej: 1. Egzamin pisemny z wykładu: 50-59% - ocena dostateczna, 60-69% - ocena dostateczna plus, 70-79% - ocena dobra, 80-89% - ocena dobra plus, powyżej 90% - ocena bardzo dobra.</p> <p>2. Kolokwia pisemne 50-59% - ocena dostateczna, 60-69% - ocena dostateczna plus, 70-79% - ocena dobra, 80-89% - ocena dobra plus, powyżej 90% - ocena bardzo dobra.</p> <p>Na ocenę 3,0: student zna podstawowe metody i narzędzia, potrafi przy pomocy prowadzącego rozwiązać proste zadania. Na ocenę 3,5: zna podstawowe metody i narzędzia, potrafi samodzielnie rozwiązać proste zadania. Na ocenę 4,0: zna metody i narzędzia omawiane na zajęciach, potrafi je samodzielnie zastosować. Z pomocą prowadzącego potrafi rozwiązać zadania typowe. Na ocenę 4,5: zna metody i narzędzia omawiane na zajęciach, potrafi je samodzielnie zastosować. Samodzielnie potrafi rozwiązać zadania typowe. Na ocenę 5,0: zna metody i narzędzia omawiane na zajęciach, potrafi je samodzielnie zastosować. Samodzielnie potrafi rozwiązać zadania typowe. Jest aktywny na zajęciach.</p> <p>Ocena podsumowująca: Ocena z modułu: średnia ocen z poszczególnych form zajęć.</p>		
VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Kategoria		Obciążenie studenta
<i>Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)</i>		30/22

Udział w wykładach	15/12
Udział w innych formach zajęć (ćwiczeniach)	15/10
Inne (udział w egzaminie)	-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	60/68
Przygotowanie do wykładu	25/33
Przygotowanie do innych form zajęć (ćwiczeń)	20/20
Przygotowanie do egzaminu	-
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (ćwiczeń)	15
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)	-
Łączna liczba godzin	90
Punkty ECTS za moduł	3

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