

Organizacja, zarządzanie i marketing w przedsiębiorstwach produkcyjnych - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Organizacja, zarządzanie i marketing w przedsiębiorstwach produkcyjnych
Kod przedmiotu	06.1-WM-MiBM-P-43_19
Wydział	Wydział Mechaniczny
Kierunek	Mechanika i budowa maszyn
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	5
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr inż. Agnieszka Kaczmarek-Pawelska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę
Projekt	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest pozyskanie przez studenta wiedzy z organizacji i metod zarządzania przedsiębiorstwem oraz uzyskanie umiejętności planowania projektów biznesowych.

Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych.

Zakres tematyczny

Lp.	Treści programowe - WYKŁAD
W1	Wprowadzenie do tematyki wykładów. Przedstawienie warunków zaliczenia przedmiotu oraz realizacji zajęć. Przedsiębiorstwo i jego zasoby (pojęcia tematyczne, cele i zasady działania, formy organizacyjno-prawne).
W2	Otoczenie przedsiębiorstwa, zasoby, pojęcie i proces zarządzania przedsiębiorstwem.
W3	Planowanie i podejmowanie decyzji (rola planowania, planowanie operacyjne, planowanie strategiczne, modele i style podejmowania decyzji).
W4	Organizacja w przedsiębiorstwie.
W5	Kontrola w przedsiębiorstwie.
W6	Zarządzanie marketingiem. Zarządzanie operacyjne i jakością.
W7	Zarządzanie logistyką i zakupami.
W8	Zarządzanie zasobami ludzkimi. Employer branding.
W9	Przewodzenie i motywowanie pracowników w przedsiębiorstwie.
W10	Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa.
W11	Zarządzanie projektami. Budowanie zespołu kreatywnego.
W12	Kierunki rozwoju przedsiębiorstw. Rola przywództwa w przedsiębiorstwach innowacyjnych.
W13	Prezentacja wyników prac projektowych.
W14	Kreowanie wartości produktu, wizerunku marki. Strategie marketingowe. PR i media relations.
W15	Zabezpieczenie własności intelektualnej wypracowanej w trakcie realizacji projektów.

Suma:

Lp.	Treści programowe - PROJEKT
P1	Definiowane i określenie typów organizacji/przedsiębiorstw.
P2	Definiowanie potrzeb przedsiębiorstwa.
P3	Budowa strategii przedsiębiorstwa - modele, systemy.
P4	Jak skutecznie podejmować decyzje - metody analizy decyzyjnej.
P5	Zarządzanie zasobami przedsiębiorstwa.
P6	Gotowość inwestycyjna - źródła finansowania.
P7	Zarządzanie projektem - harmonogramowanie, budżetowanie, budowanie zespołów, konsorcja.
P8	Realizacja i rozliczanie projektów.

Suma:

Metody kształcenia

Realizacja modułu odbywa się poprzez realizację wykładów, w tym: 5 informacyjnych (dotyczących podstawowych pojęć i mechanizmów zarządzania i jakości), 5 multimedialnych (wykorzystując metody eksponujące- materiały filmowe ilustrujące różne aspekty kontroli jakości i techniki prezentacji), 5 konwersatoryjnych podsumowujących przekazaną wiedzę i rozważania problemowe. Praktyczne przekazanie wiedzy odbywa się podczas realizacji zajęć projektowych prowadzonych z użyciem metod eksponujących, pozostałe zajęcia dotyczą praktycznego wykorzystania podstawowych narzędzi inżynierii oraz prezentacji projektów.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student ma podstawową wiedzę niezbędną do rozumienia społecznych, ekonomicznych, prawnych i innych pozatechnicznych uwarunkowań działalności inżynierskiej.	- K_W17 - K_W18	zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	- Wykład - Projekt
Student potrafi dokonać wstępnej analizy ekonomicznej podejmowanych działań inżynierskich, potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	- K_W18 - K_W19 - K_U12 - K_K02	- aktywność w trakcie zajęć - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	- Wykład - Projekt
Student potrafi oszacować koszty wstępne oraz koszty szacunkowe realizowanych projektów inżynierskich; potrafi dokonać wstępnej analizy ekonomicznej podejmowanych działań inżynierskich.	- K_W20 - K_U05 - K_U12	zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	Projekt
Student ma podstawową wiedzę dotyczącą zarządzania, w tym zarządzania jakością, i prowadzenia działalności gospodarczej; zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowcy właściwych dla studiowanego kierunku studiów.	- K_W17 - K_W20	zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	Wykład

Warunki zaliczenia

Wykład: warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z części wykładowej jest obecność na co najmniej 51% zajęć, oraz poprawna prezentacja ustna projektu realizowanego na zajęciach projektowych.

Oceny:

- bardzo dobra- Student wykonał projekt który nie zawiera błędów i podczas prezentacji wykorzystał środki audiowizualne lub inne które wskazują na jego zaangażowanie oraz pomysłowość.
- dobry plus- Student wykonał projekt który zawiera pojedyncze błędy i zaprezentował go w sposób poprawny przy wykorzystaniu narzędzi MS Office, Prezi itp.
- dobry- Student wykonał projekt który zawiera kilkanaście błędów i zaprezentował go w sposób zadowalający przy wykorzystaniu narzędzi MS Office, Prezi itp.
- dostateczny plus- Student wykonał i zaprezentował projekt który zawiera więcej niż 20 błędów i niespójności i zaprezentował go w sposób zadowalający przy wykorzystaniu narzędzi MS Office, Prezi itp.
- dostateczny- Student wykonał projekt który zawiera więcej niż 20 błędów i niespójności i zaprezentował go w sposób mierny przy wykorzystaniu narzędzi MS Office, Prezi itp.
- niedostateczny- Student nie wykonał projektu, nie zaprezentował go. Student skopiował projekt istniejący do którego nie ma praw autorskich.

Projekt: ocena z projektu jest określana na podstawie oceny trafności doboru użytych technik i metod oraz jakości wykonania projektu.

Ocena końcowa: stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładu oraz projektu.

Literatura podstawowa

- 1.Cieślík J.: Przedsiębiorczość dla ambitnych, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
2. Machnicka Z.: Lepszy Pracodawca jak Autentyczny Employer Branding Zmienia Biznes Rynek Pracy i Ludzi, Helion 2019.
3. Liker J. K.: Droga Toyoty, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2004.
4. Czarnecki L.: Biznes po prostu, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa, 2011.

5. Gallo C.: Steve Jobs – Sztuka prezentacji, Wydawnictwo ZNAK, Kraków 2011.

Literatura uzupełniająca

1. Cialdini R.B.: Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2008.
2. Kiyosaki R.: Bogaty ojciec, biedny ojciec, Wydawnictwo Instytut Praktycznej Edukacji, 2007.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Agnieszka Kaczmarek-Pawelska (ostatnia modyfikacja: 30-04-2021 10:21)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ