

Podstawy marketingu i gospodarki finansowej przedsiębiorstwa - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Podstawy marketingu i gospodarki finansowej przedsiębiorstwa
Kod przedmiotu	06.1-WM-MiBM-OiZEP-D-23_22
Wydział	Wydział Mechaniczny
Kierunek	Mechanika i budowa maszyn
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2023/2024

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	1
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	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest pozyskanie przez studenta wiedzy z organizacji przedsiębiorstw oraz uzyskanie umiejętności planowania projektów biznesowych, kalkulacji kosztów procesu, produktu oraz własności intelektualnej.

Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych.

Zakres tematyczny

Lp.	Treści programowe - WYKŁAD	I. godz. st. stacj.	I. godz. st. niestacj.
W1	Wprowadzenie do tematyki wykładów. Omówienie warunków zaliczenia przedmiotu. Przedsiębiorstwo i jego zasoby.	2	1.2
W2	Otoczenie przedsiębiorstwa.	2	1.2
W3	Planowanie i podejmowanie decyzji.	2	1.2
W4	Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa.	2	1.2
W5	Zarządzanie marketingiem, organizowanie i kontrola działalności marketingowej.	2	1.2
W6	Zarządzanie operacjami i jakością.	2	1.2
W7	Zarządzanie logistyką i zakupami.	2	1.2
W8	Zasoby intelektualne, wycena własności intelektualnej.	1	0.6
	Suma:	15	9

Lp.	Treści programowe - ĆWICZENIA	I. godz. st. stacj.	I. godz. st. niestacj.
C1	Definiowane i określenie typów organizacji/przedsiębiorstw	1	0.6
C2	Definiowanie potrzeb przedsiębiorstwa	2	1.2
C3	Budowa strategii przedsiębiorstwa - modele, systemy	2	1.2
C4	Jak skutecznie podejmować decyzje - metody analizy decyzyjnej	2	1.2
C5	Zarządzanie zasobami przedsiębiorstwa	2	1.2
C6	Gotowość inwestycyjna - źródła finansowania	2	1.2

C7	Zarządzanie projektem - harmonogramowanie, budżetowanie, budowanie zespołów, konsorcja	2	1.2
C8	Realizacja i rozliczanie projektów	2	1.2
		Suma:15	9

Metody kształcenia

Realizacja modułu odbywa się poprzez realizację wykładów z wykorzystaniem środków multimedialnych. Praktyczne przekazanie wiedzy odbywa się podczas realizacji zajęć ćwiczeniowych prowadzonych z użyciem metod eksponujących, oraz wykorzystaniem arkuszy Excel podanych przez prowadzącego.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi dokonać wstępnej analizy ekonomicznej podejmowanych działań inżynierskich, potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	• K_W02	• aktywność w trakcie zajęć • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład
Student ma podstawową wiedzę niezbędną do rozumienia społecznych, ekonomicznych, prawnych i innych pozatechnicznych uwarunkowań działalności inżynierskiej.	• K_W04	• zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład
Student potrafi oszacować koszty wstępne oraz koszty szacunkowe realizowanych projektów inżynierskich; potrafi dokonać wstępnej analizy ekonomicznej podejmowanych działań inżynierskich.	• K_W03 • K_U14	• zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład • Ćwiczenia
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_W09 • K_K03	• zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład • Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Wykład: warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z części wykładowej jest obecność na co najmniej 51% zajęć, oraz uzyskanie pozytywnej oceny z pisemnego kolokwium.

- ocena bardzo dobra- Student uzyskał 90-100% punktów;

- ocena dobry plus- Student uzyskał 80-89% punktów;

- ocena dobry- Student uzyskał 70-79% punktów;

- ocena dostateczny plus- Student uzyskał 60-69% punktów;

- ocena dostateczny- Student uzyskał 51-59% punktów;

- ocena niedostateczna- Student uzyskał mniej niż 51% punktów.

Ćwiczenia: Ocena końcowa stanowi średnią arytmetyczną ocen uzyskanych przez studenta w trakcie realizacji zadań ćwiczeniowych.

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

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: 28-04-2023 09:17)