

Wydział Architektury						
Nazwa programu kształcenia (kierunku)	<b>Architektura Wnętrz</b>		Poziom i forma studiów <b>studia pierwszego stopnia</b>			
Specjalność:			Ścieżka dyplomowania:			
Nazwa przedmiotu:	<b>Marketing i zarządzanie</b>		Kod przedmiotu:		<b>AWI6056</b>	
Rodzaj przedmiotu:	obowiązkowy	Semestr: <b>6</b>	Punkty ECTS		<b>1</b>	
Liczba godzin w semestrze:	W - 30	C-	L-	P-	Ps-	S-
Przedmioty wprowadzające	—					
Założenia i cele przedmiotu:	<p><i>Celem przedmiotu jest ukazanie istoty zarządzania i marketingu, jako głównych obszarów funkcjonalnych współczesnych organizacji. Przedmiot dostarcza podstawowej wiedzy teoretycznej z marketingu i zarządzania. Odnosi się do obszarów implementacji marketingu i zarządzania w sektorze usług architektury wnętrz. Dostarcza wiedzy z zakresu narzędzi marketingu, funkcji, metod i stylów zarządzania. Ukazuje rolę klienta we współczesnym biznesie. Przedmiot wspomaga tworzenie przez studentów alternatywnych rozwiązań z zakresu marketingu i zarządzania dla przedsiębiorstw usług architektonicznych. Kształcenie w zakresie przedmiotu sprzyja w budowaniu kreatywności studentów w obszarze opracowywania metodyki działań w obszarze marketingu i zarządzania dla przedsiębiorstw sektora usług architektury wnętrz.</i></p>					
Forma zaliczenia	wykład- egzamin pisemny					
Treści programowe:	<p><i>Pojęcie i istota marketingu. Pojęcie i istota zarządzania. Narzędzia marketingu. Techniki i style zarządzania. Klient jako podstawowe wyzwanie współczesnego biznesu. Zarządzanie i marketing w sektorze usług architektury wnętrz.</i></p>					
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, wykład z elementami dyskusji					
Efekty kształcenia						Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EK1	Student definiuje marketing i zarządzanie.					K_W12, K_W13
EK2	Student wymienia i opisuje narzędzia marketingu.					K_W12, K_W13
EK3	Student wymienia i charakteryzuje funkcje zarządzania.					K_W12, K_W13
EK4	Student rozumie rolę klienta we współczesnym biznesie.					K_U24
EK5	Student wykazuje kreatywność w zakresie opracowywania metodyki działań dla przedsiębiorstwa sektora usług architektury wnętrz.					K_K03
Nr efektu kształcenia	Metoda weryfikacji efektu kształcenia					Forma zajęć (jeśli jest więcej niż jedna), na której zachodzi weryfikacja
EK1	egzamin pisemny					W
EK2	egzamin pisemny					W
EK3	egzamin pisemny					W
EK4	egzamin pisemny					W

EK5	egzamin pisemny	W	
Bilans nakładu pracy studenta (w godzinach)	Obecność na wykładach	1x30h	30
	Przygotowanie do egzaminu i obecność na nim	10h	10
			RAZEM:
Wskaźniki ilościowe	Nakład pracy studenta związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela: 30h	30	ECTS 1
	Nakład pracy studenta związany z zajęciami o charakterze praktycznym: 10h	10	0
Literatura podstawowa:	1. Nowacka A. Nowacki R., <i>Podstawy marketingu</i> , Difina Warszawa, 2012 2. Zakrzewska-Bielawska A., <i>Podstawy zarządzania. Teoria i ćwiczenia</i> , Warszawa 2017		
Literatura uzupełniająca:	1. Wojciechowski T., <i>Encyklopedyczne podstawy marketingu</i> , Placet, Warszawa, 2009 2. Weiss E. <i>Podstawy i metody zarządzania</i> , Vizja Press&it, Warszawa, 2008		
Jednostka realizująca:	Katedra Marketingu i Przedsiębiorczości	Program opracował(a):	dr Urszula Widelska
Data opracowania programu:	15.03.2017		tytuł/stopień, imię i nazwisko