

Wykład, marketing i zarządzanie, Architektura wnętrz, studia pierwszego stopnia, sem. 6				
Treść efektu kształcenia	Ocena			
	niedostateczna	dostateczna	dobra	bardzo dobra
EK1 Student definiuje marketing i zarządzanie.	Brak wykazania się wiedzą, umiejętnościami oraz kompetencjami niezbędnymi do uzyskania oceny dostatecznej	Student zna definicje marketingu i definicję zarządzania. Student wymienia narzędzia marketingu 4P i dokonuje ich charakterystyki. Student wymienia i charakteryzuje podstawowe funkcje zarządzania. Student rozumie znaczenie klienta dla organizacji.	Student zna przynajmniej dwie różne definicje zarządzania i marketingu. Student wymienia narzędzia marketingu 4P i 7P i dokonuje ich charakterystyki. Student wymienia i charakteryzuje funkcje zarządzania oraz zna etapy procesu zarządzania przedsiębiorstwem. Student rozumie znaczenie klienta dla organizacji oraz gospodarki.	Student zna przynajmniej dwie różne definicje zarządzania i marketingu i je porównuje. Student wymienia narzędzia marketingu 4P i 7P i dokonuje ich charakterystyki, posługując się przykładami z praktyki gospodarczej. Student wymienia i charakteryzuje funkcje zarządzania oraz zna etapy procesu zarządzania przedsiębiorstwem, odnosząc je do przedsiębiorstw sektora architektury wnętrz. Student rozumie znaczenie klienta dla organizacji oraz gospodarki, wskazując także negatywne konsekwencje działalności marketingowej.
EK2 Student wymienia i opisuje narzędzia marketingu.				
EK3 Student wymienia i charakteryzuje funkcje zarządzania.				
EK4 Student rozumie rolę klienta we współczesnym biznesie.				
EK 5 Student wykazuje kreatywność w zakresie opracowywania metodyki				Oprócz w/w student posiada wiedzę niezbędną do uzyskania oceny dostatecznej.

działań dla przedsiębiorstwa sektora usług architektury wnętrz.				
--	--	--	--	--