

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
WPROWADZENIE NOWEGO PRODUKTU NA RYNEK										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:				Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:				Zarządzanie, pierwszy stopień						
Profil kształcenia:				ogólnoakademicki						
Nazwa specjalności:				-						
Rodzaj modułu uczenia się:				Przedmiot do wyboru						
Rok / Semestr:				Rok 3/ Semestr 6						
Osoba koordynująca przedmiot:				prof. Alfreda Kamińska						
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania przedmiotu Marketing oraz przedmiotów pokrewnych						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne										
Studia niestacjonarne		36						2	2	40
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład										
Ćwiczenia			Metody aktywizujące, praca grupowa							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów kształcenia								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1.	Zna i rozumie ogólną metodologię badań w zakresie nauk ekonomicznych i społecznych								ZO1_W03	
2.	Zna i rozumie procesy zarządzania i wykorzystuje je w działalności organizacji								ZO1_W16	
3.	Zna i rozumie metody analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz wpływu oddziaływania otoczenia zewnętrznego na funkcjonowanie przedsiębiorstwa								ZO1_W23	
4.	Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu								ZO1_W26	
Umiejętności:										
1	Potrafi podejmować decyzje, planować i organizować pracę – indywidualną oraz w zespole								ZO1_U06	
2	Potrafi umiejętnie korzystać ze źródeł wiedzy związanych z procesami zarządzania								ZO1_U08	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

3	Potrafi stosować w sposób kreatywny i innowacyjny wiedzę teoretyczną w wybranym obszarze funkcjonalnym organizacji	ZO1_U10
4	Potrafi dokonać wyboru i wykorzystać współczesne techniki informacyjno-komunikacyjne w zarządzaniu	ZO1_U17
5	Potrafi stosować narzędzia marketingowe w działalności organizacji	ZO1_U23
Kompetencje społeczne:		
1	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	ZO1_K02
2	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZO1_K06
3	Jest gotów do pracy w zespole, przyjmując różne role i funkcje m.in. lidera, przywódcy, innowatora	ZO1_K12
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Istota nowego produktu. Cykl życia produktu.	P6S_WG P6S_UW
2.	Innowacje produktowe. Proces innowacji.	P6S_WG P6S_UW
3.	Znaczenie badań marketingowych we wprowadzaniu produktów na rynek.	P6S_WG P6S_UW
4.	Segmentacja klientów.	P6S_WG P6S_UW
5.	Selekcja pomysłów. Marketing lateralny.	P6S_WG P6S_UW
6.	Opracowanie i testowanie koncepcji nowego produktu.	P6S_WG P6S_UW
7.	Pozycjonowanie produktu.	P6S_WG P6S_UW
8.	Rodzaje i funkcje opakowań.	P6S_WG P6S_UW
9.	Strategie marketingowe rozwoju produktu (cena, dystrybucja, komunikacja marketingowa, personel).	P6S_WG P6S_UW
10.	Analiza ekonomiczna przedsięwzięcia.	P6S_WG P6S_UW
11.	Testowanie prototypów/serii próbnej nowego produktu.	P6S_WG P6S_UW P6S_KK
12.	Testowanie rynku. Wprowadzanie nowego produktu na rynek.	P6S_WG P6S_UW
Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
P6S_WG	Egzamin pisemny, ocena projektu, aktywność podczas zajęć	ćwiczenia		
Umiejętności:				
P6S_UW P6S_UK; P6S_UO	Egzamin pisemny, ocena projektu, aktywność podczas zajęć	ćwiczenia		
Kompetencje społeczne:				
P6S_KK; P6S_KO	Ocena projektu, aktywność podczas zajęć	ćwiczenia		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla modułu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz Student uzyskuje od 60 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz Student uzyskuje od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta			
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne		
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		36		
Egzamin/zaliczenie		2		
Udział w konsultacjach		2		
Projekt / esej				
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		5		
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		5		
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		2 pkt ECTS/ 50 godz.		

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		40
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

L. Białoń (red.), Marketing. Problemy podstawowe, WSM, Warszawa 2011

H. Mruk, I. Rutkowski, Strategia produktu, PWE, Warszawa 2001

B. Sojkin (red.), Zarządzanie produktem, PWE, Warszawa 2003

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

I.P. Rutkowski, Rozwój nowego produktu. Metody i uwarunkowania, PWE, Warszawa 2007

P. Trott, Innovation management and new product development, Harlow (etc.) : Pearson, 2017

J. Brdulak, Zarządzanie wiedzą a proces innowacji produktu, SGH, Warszawa 2005

A. Sosnowska (red.), Zarządzanie nowym produktem, SGH, Warszawa 2003

Inne materiały dydaktyczne:

Czasopisma: „Marketing w Praktyce”, „Marketing i Rynek”

Strony internetowe m. in.: <https://marketingprzykawie.pl/>