

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)										
NAZWA PRZEDMIOTU Marketing innowacji										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:				Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:				Zarządzanie i Inżynieria Produkcji						
Profil kształcenia:				Profil praktyczny						
Nazwa specjalności:										
Rodzaj modułu uczenia się:				Do wyboru						
Rok / Semestr:				3 Rok, Semestr 5 niestacjonarne						
Osoba koordynująca przedmiot:				Dr Jan Boguski						
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				Brak wymagań wstępnych						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne										
Studia niestacjonarne			Konwersatorium						ZAL	12
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			Problemowe							
Ćwiczenia										
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1	Posiada ogólną wiedzę dotyczącą marketingu innowacji z zakresu analizy rynku innowacji, segmentacji, pozycjonowania, badań marketingowych, strategii marketingowych, promocji.								ZiP_W01	
2	Dysponuje podstawową wiedzą dotyczącą metod, technik i strategii marketingowych								ZiP_W04	
3	Posiada podstawową wiedzę z zakresu ochrony własności intelektualnej, a ponadto jest świadomy podstawowych terminów i zasad ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.								ZiP_W15	
Umiejętności:										
1	Potrafi opracować strategię marketingową, a także gromadzić informację z różnych								ZiP_U15	

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

	źródeł a następnie łączyć wspomniane informacje, a ponadto dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	
2	Jest w stanie prowadzić analizę krytyczną na rynku innowacji pod kątem rozwiązań technicznych oraz dokonywać oceny tych rozwiązań pod kątem nowości dla klientów	ZiP_U17
3	Kieruje się innowacyjnością i z pracownikami z zespołu potrafi zaprojektować oraz poprowadzić proces innowacyjny.	ZiP_U18
Kompetencje społeczne:		
1	Jest gotów sumiennie realizować innowacyjne działania, w sposób ciągły podnosić wiedzę, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	ZiPK_K01
2	Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy podejmować decyzję marketingowe oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	ZiP_K02
3	Jest gotów do krytycznej oceny własnych oraz cudzych działań w zespole badawczym	ZiP_K04
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Marketing innowacji w teorii oraz praktyce	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
2	Charakterystyka współczesnego rynku innowacji	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
3	Marketing w modelach kreowania innowacji	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
4	Charakterystyka współczesnego procesu innowacyjnego	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
5	Dyfuzja innowacji i jej mechanizmy	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
6	Marketingowa orientacja przedsiębiorstwa	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
7	Komunikacja w marketingu innowacji	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
8	Strategie marketingowe na rynku innowacji	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
9	Wpływ patentów na procesy innowacyjne w organizacjach	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Efekty	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której

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

uczenia się				weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)
Wiedza:				
P6S_WG	Posiada ogólną wiedzę dotyczącą marketingu innowacji z zakresu analizy rynku innowacji, segmentacji, pozycjonowania, badań marketingowych, strategii marketingowych, promocji.			Projekt (prezentacja multimedialna)
P6S_WG	Dysponuje podstawową wiedzą dotyczącą metod, technik i strategii marketingowych			Projekt (prezentacja multimedialna)
P6S_WK	Posiada podstawową wiedzę z zakresu ochrony własności intelektualnej, a ponadto jest świadomy podstawowych terminów i zasad ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.			Projekt (prezentacja multimedialna)
Umiejętności:				
P6S_UW	Potrafi opracować strategię marketingową, a także gromadzić informację z różnych źródeł a następnie łączyć wspomniane informacje,a ponadto dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy			Projekt (prezentacja multimedialna)
P6S_UW	Jest w stanie prowadzić analizę krytyczną na rynku innowacji pod kątem rozwiązań technicznych oraz dokonywać oceny tych rozwiązań pod kątem nowości dla klientów			Projekt (prezentacja multimedialna)
P6U_WK	Kieruje się innowacyjnością i z pracownikami z zespołu potrafi zaprojektować oraz poprowadzić proces innowacyjny.			Projekt (prezentacja multimedialna)
Kompetencje społeczne:				
P6S_UK	Jest gotów sumiennie realizować innowacyjne działania, w sposób ciągły podnosić wiedzę, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO			Projekt (prezentacja multimedialna)
P6S_UK	Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy podejmować decyzję marketingowe oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.			Projekt (prezentacja multimedialna)
P6S_UK	Jest gotów do krytycznej oceny własnych oraz cudzych działań w zespole badawczym			Projekt (prezentacja multimedialna)
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:
P6S_WG	mniej niż połowę spośród 100 punktów Niezadowalająca wiedza. Nie zna i nie rozumie podstawowej wiedzy dotyczącej marketingu innowacji z zakresu analizy rynku innowacji, segmentacji, pozycjonowania, badań marketingowych, strategii marketingowych, promocji.	uzyskuje połowę spośród 100 punktów Zadowalająca wiedza. Rozumie na poziomie zadowalającym podstawową wiedzę dotyczącą marketingu innowacji z zakresu analizy rynku innowacji, segmentacji, pozycjonowania, badań marketingowych, strategii	uzyskuje 80 spośród 100 punktów Zna i rozumie w sposób dobry podstawową wiedzę dotyczącą marketingu innowacji z zakresu analizy rynku innowacji, segmentacji, pozycjonowania, badań	uzyskuje 90 spośród 100 punktów. Zna i rozumie na poziomie bardzo dobrym podstawową wiedzę dotyczącą marketingu innowacji z zakresu analizy rynku innowacji, segmentacji, pozycjonowania, badań

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

		marketingowych, promocji.	marketingowych, strategii marketingowych, promocji.	marketingowych, strategii marketingowych, promocji.
P6S_WG	Niezadawalająca wiedza. Nie ma podstawowej wiedzy dotyczącej metod, technik i strategii marketingowych	Zadawalająca wiedza. Zna na poziomie zadawalającym metody, techniki i strategię marketingowe	Dobry poziom wiedzy Zna na poziomie dobrym metody, techniki i strategię marketingowe	Bardzo dobry poziom wiedzy. Zna na poziomie bardzo dobrym metody, techniki i strategię marketingowe
P6S_WK	Niezadawalająca wiedza z zakresu ochrony własności intelektualnej, a ponadto nie jest świadomy podstawowych terminów i zasad ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i nie posiada wiedzy na temat działalności patentowej.	Zadawalająca wiedza z zakresu ochrony własności intelektualnej, a ponadto na poziomie zadawalającym jest świadomy podstawowych terminów i zasad ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.	Dobry poziom wiedzy z zakresu ochrony własności intelektualnej, a ponadto na poziomie dobrym jest świadomy podstawowych terminów i zasad ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.	Bardzo dobry poziom wiedzy z zakresu ochrony własności intelektualnej, a ponadto na poziomie bardzo dobrym jest świadomy podstawowych terminów i zasad ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.
P6S_UW	Niezadawalająca umiejętność. Nie potrafi opracować strategii marketingowej, a także gromadzić informacji z różnych źródeł a następnie łączyć wspomniane informacje, a ponadto dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Zadawalająca umiejętność. Na poziomie zadawalającym jest w stanie opracować strategię marketingowe, a także gromadzić informacje z różnych źródeł a następnie łączyć wspomniane informacje, a ponadto dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Dobry poziom umiejętności. Na poziomie dobrym jest w stanie opracować strategię marketingowe, a także gromadzić informacje z różnych źródeł a następnie łączyć wspomniane informacje, a ponadto dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Bardzo dobry poziom umiejętności . Na poziomie bardzo dobrym jest w stanie opracować strategię marketingowe, a także gromadzić informacje z różnych źródeł a następnie łączyć wspomniane informacje, a ponadto dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy
P6S_UW	Niezadawalająca umiejętność. Nie jest w stanie prowadzić analizy krytycznej na rynku innowacji pod kątem rozwiązań technicznych oraz	Zadawalająca umiejętność. W zadawalający sposób jest w stanie prowadzić analizę krytyczną na rynku innowacji pod kątem rozwiązań technicznych oraz dokonywać oceny	Dobry poziom umiejętności. Na poziomie dobrym jest w stanie prowadzić analizę krytyczną na rynku innowacji pod kątem rozwiązań	Bardzo dobry poziom umiejętności. Na poziomie bardzo dobrym jest w stanie prowadzić analizę krytyczną na rynku

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

	dokonywać oceny tych rozwiązań pod kątem nowości dla klientów	tych rozwiązań pod kątem nowości dla klientów	technicznych oraz dokonywać oceny tych rozwiązań pod kątem nowości dla klientów	innowacji pod kątem rozwiązań technicznych oraz dokonywać oceny tych rozwiązań pod kątem nowości dla klientów
P6U_WK	Niezadowalająca umiejętność. Nie potrafi wykazać się innowacyjnością. Nie kieruje się innowacyjnością i z pracownikami z zespołu nie potrafi zaprojektować oraz poprowadzić procesu innowacyjnego.	Zadowalająca umiejętność. W sposób zadowalający kieruje się innowacyjnością i z pracownikami z zespołu potrafi zaprojektować oraz poprowadzić proces innowacyjny.	Umiejętność na poziomie dobrym. Na poziomie dobrym kieruje się innowacyjnością i z pracownikami z zespołu potrafi zaprojektować oraz poprowadzić proces innowacyjny.	Umiejętność na poziomie bardzo dobrym. kieruje się innowacyjnością i z pracownikami z zespołu potrafi zaprojektować oraz poprowadzić proces innowacyjny.
P6S_UK	Kompetencje niezadowalające. Nie jest gotów sumiennie realizować innowacyjnego działania, w sposób ciągły podnosić wiedzy, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	Kompetencje zadowalające. W sposób zadowalający jest gotów sumiennie realizować innowacyjne działania, w sposób ciągły podnosić wiedzę, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	Kompetencje na poziomie dobrym. W sposób dobry jest gotów sumiennie realizować innowacyjne działania, w sposób ciągły podnosić wiedzę, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	Kompetencje na poziomie bardzo dobrym. Jest gotów sumiennie realizować innowacyjne działania, w sposób ciągły podnosić wiedzę, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO
P6S_UK	Kompetencje niezadowalające. Nie jest gotów w sposób samodzielny i świadomy podejmować decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialności za ich realizację.	Kompetencje zadowalające. Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy podejmować decyzje marketingowe oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	Kompetencje na poziomie dobrym. Jest gotów na poziomie dobrym w sposób samodzielny i świadomy podejmować decyzje marketingowe oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	Kompetencje na poziomie bardzo dobrym. Jest gotów na poziomie bardzo dobrym w sposób samodzielny i świadomy podejmować decyzje marketingowe oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.
P6S_UK	Kompetencje niezadowalające. Nie jest gotów do krytycznej oceny własnych oraz cudzych działań w zespole badawczym	Kompetencje zadowalające. W stopniu zadowalającym jest gotów do krytycznej oceny własnych oraz cudzych działań w zespole badawczym	Kompetencje na poziomie dobrym. W stopniu dobrym jest gotów do krytycznej oceny własnych oraz cudzych działań w zespole badawczym	Kompetencje na poziomie bardzo dobrym. W stopniu bardzo dobrym jest gotów do krytycznej oceny własnych oraz cudzych działań w zespole badawczym

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta
-------------------	---------------------

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

ECTS	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		konwersatorium- 12
Egzamin/zaliczenie		3
Udział w konsultacjach		5
Projekt / esej		30
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		10
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		15
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		75
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		25
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		40
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		10
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu: - P.Kotler, K.L.Keller, Marketing, Rebis, Poznań 2012. -J. Boguski, Marketing innowacji.Kreowania innowacyjnych dóbr na potrzeby rynku, Typografia, Warszawa 2016. -Ch.Kim, R.Mauborgne, Przemiana błękitnego oceanu. Buduj pewność siebie, kreuj nowe możliwości i wzrastaj poza konkurencją, MT Biznes, Warszawa 2018.		
Literatura uzupełniająca przedmiotu: .P.Kotler, J.Shalowitz, R.J.Stevens, Marketing strategiczny w opiece zdrowotnej, ABC Wolters Kluwer business, Warszawa 2013.		
Inne materiały dydaktyczne: - prezentacja multimedialna na platformie Moodle/Teams		