

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 środków produkcji										
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:				IOPW						
Rodzaj modułu uczenia się:				Moduł podstawowy						
Rok / Semestr:				4 Rok, Semestr 7						
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						24		4	2	30
Studia niestacjonarne						12		5	3	20
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład										
Ćwiczenia/ projekt			Ćwiczenia aktywizujące, case-study, praca zespołowa							
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	Ma wiedzę z zakresu marketingu środków produkcji obejmującą analizę rynku środków produkcji, segmentacji, badań marketingowych, strategii marketingowych, zakupów.								ZiP_W01	
2	Ma podstawową wiedzę dotyczącą stosowanych przez przedsiębiorstwa sfery wytwórczej metod, technik, a także strategii marketingowych								ZiP_W04	
3	Ma elementarną wiedzę dotyczącą ochrony własności intelektualnej, a także rozumie podstawowe pojęcia oraz zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.								ZiP_W15	
Umiejętności:										
1	Potrafi przygotować specyfikację zamówienia środków produkcji, a także pozyskać informację z różnych źródeł oraz integrować pozyskane informacje, dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i								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

	rozwiązywać problemy	
2	Potrafi dokonywać krytycznej analizy istniejących na rynku środków produkcji rozwiązań technicznych oraz oceny tych rozwiązań pod kątem przydatności we przedsiębiorstwie, w którym pracuje.	ZiP_U17
3	Potrafi wykazać się innowacyjnością i wspólnie z innymi pracownikami z zespołu zaprojektować oraz poprowadzić proces zakupu lub sprzedaży środków produkcji posługując się odpowiednimi technikami, metodami i strategiami marketingowymi.	ZiP_U18
Kompetencje społeczne:		
1	Jest gotów rzetelnie wykonywać zadania, stosować zasadę permanentnego uczenia się, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	ZiP_K01
2	Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy do podejmowania decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	ZiP_K02
3	Jest gotów dokonać krytycznej oceny zarówno swoich działań oraz innych osób, z którymi pracuje w zespole.	ZiP_K04
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Pojęcie rynku środków produkcji – podaż i popyt oraz porównanie z rynkiem dóbr konsumpcyjnych.	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
2	Uczestnicy rynku instytucjonalnego i ich charakterystyka	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
3	Definicja marketingu środków produkcji (marketingu przemysłowego) - cel, istota i funkcje	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
4	Badania marketingowe na rynku środków produkcji: narzędzia, techniki, metody	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
5	Segmentacja rynku, identyfikacja nisz rynkowych, metoda ABC	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
6	Zakup środków produkcji, centrum ds. zakupów, podejmowanie decyzji, jego etapy	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
7	Marketing mix na rynku środków produkcji: produkt i jego wyposażenie, cena, cechy produktu, poziomy produktu, cykl życia produktu, dystrybucja, promocja	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
8	Strategie marketingowe na rynku środków produkcji: strategia wejścia, strategia lidera, strategia naśladowcy, strategia produkt-rynek	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
9	Sojusze strategiczne i wchodzenie na rynki zagraniczne	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
10	Logistyka w marketingu środków produkcji	P6S_WG P6S_UW P6S_UK
11	Rola marki w marketingu środków produkcji	P6S_WG P6S_UW P6S_UK

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

Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
P6S_WG	Ma wiedzę z zakresu marketingu środków produkcji obejmującą analizę rynku środków produkcji, segmentacji, badań marketingowych, strategii marketingowych, zakupów.	Projekt (prezentacja multimedialna)		
P6S_WG	Ma podstawową wiedzę dotyczącą stosowanych przez przedsiębiorstwa sfery wytwórczej metod, technik, a także strategii marketingowych	Projekt (prezentacja multimedialna)		
P6S_WK	Ma elementarną wiedzę dotyczącą ochrony własności intelektualnej, a także rozumie podstawowe pojęcia oraz zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.	Projekt (prezentacja multimedialna)		
Umiejętności:				
P6S_UW	Potrafi przygotować specyfikację zamówienia środków produkcji, a także pozyskać informację z różnych źródeł oraz integrować pozyskane informacje, dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Projekt (prezentacja multimedialna)		
P6S_UW	Potrafi dokonywać krytycznej analizy istniejących na rynku środków produkcji rozwiązań technicznych oraz oceny tych rozwiązań pod kątem przydatności w przedsiębiorstwie, w którym pracuje.	Projekt (prezentacja multimedialna)		
P6U_WK	Potrafi wykazać się innowacyjnością i wspólnie z innymi pracownikami z zespołu zaprojektować oraz poprowadzić proces zakupu lub sprzedaży środków produkcji posługując się odpowiednimi technikami, metodami i strategiami marketingowymi	Projekt (prezentacja multimedialna)		
Kompetencje społeczne:				
P6S_UK	Jest gotów rzetelnie wykonywać zadania, stosować zasadę permanentnego uczenia się, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	Projekt (prezentacja multimedialna)		
P6S_UK	Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy do podejmowania decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	Projekt (prezentacja multimedialna)		
P6S_UK	Jest gotów dokonać krytycznej oceny zarówno swoich działań oraz innych osób, z którymi pracuje w zespole.	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 z	uzyskuje połowę spośród 100 punktów Zadowalająca wiedza. Zadowalająca wiedza	uzyskuje 80 spośród 100 punktów Zna i rozumie w sposób dobry.	uzyskuje 90 spośród 100 punktów. Zna i rozumie na poziomie bardzo dobrym wiedzę z

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

	zakresu marketingu środków produkcji obejmującej analizę rynku środków produkcji, segmentacji, badań marketingowych, strategii marketingowych, zakupów.	z zakresu marketingu środków produkcji obejmująca analizę rynku środków produkcji, segmentacji, badań marketingowych, strategii marketingowych, zakupów.	Dobry poziom wiedzy z zakresu marketingu środków produkcji obejmujących analizę rynku środków produkcji, segmentacji, badań marketingowych, strategii marketingowych, zakupów.	zakresu marketingu środków produkcji obejmujących analizę rynku środków produkcji, segmentacji, badań marketingowych, strategii marketingowych, zakupów.
P6S_WG	Niezadawalająca wiedza. Nie ma podstawowej wiedzy dotyczącej stosowanych przez przedsiębiorstwa sfery wytwórczej metod, technik, a także strategii marketingowych	Zadawalająca wiedza dotycząca stosowanych przez przedsiębiorstwa sfery wytwórczej metod, technik, a także strategii marketingowych	Dobry poziom wiedzy dotyczącej stosowanych przez przedsiębiorstwa sfery wytwórczej metod, technik, a także strategii marketingowych	Bardzo dobry poziom wiedzy dotyczącej stosowanych przez przedsiębiorstwa sfery wytwórczej metod, technik, a także strategii marketingowych
P6S_WK	Niezadawalająca wiedza dotycząca ochrony własności intelektualnej, a także nie rozumie podstawowych pojęć oraz zasad z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej.	Zadawalająca wiedza. dotycząca ochrony własności intelektualnej, a także podstawowych pojęć oraz zasad z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej	Dobry poziom wiedzy dotyczącej ochrony własności intelektualnej, a także podstawowych pojęć oraz zasad z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej	Bardzo dobrym poziom wiedzy dotyczącej ochrony własności intelektualnej, podstawowych pojęć oraz zasad z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego, własności przemysłowej oraz znaków towarowych i posiada wiedzę na temat działalności patentowej poziomie bardzo
P6S_UW	Niezadawalająca umiejętność. Nie potrafi przygotować specyfikacji zamówienia środków produkcji, a także pozyskać informację z różnych źródeł oraz integrować pozyskane informacje, dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Zadawalająca umiejętność w zakresie przygotowania specyfikacji zamówienia środków produkcji, a także pozyskać informację z różnych źródeł oraz integrować pozyskane informacje, dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Dobry poziom umiejętności w zakresie przygotowania specyfikacji zamówienia środków produkcji, a także pozyskać informację z różnych źródeł oraz integrować pozyskane informacje, dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy	Bardzo dobrym poziom umiejętności w zakresie przygotowania specyfikacji zamówienia środków produkcji, a także pozyskać informację z różnych źródeł oraz integrować pozyskane informacje, dokonywać ich interpretacji a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie i rozwiązywać problemy
P6S_UW	Niezadawalająca umiejętność. Nie potrafi w sposób samodzielny dokonywać krytycznej analizy istniejących na rynku środków produkcji rozwiązań technicznych oraz oceny tych rozwiązań pod kątem przydatności we przedsiębiorstwie, w którym pracuje.	Zadawalająca umiejętność. W zadawalający sposób potrafi samodzielnie dokonywać krytycznej analizy istniejących na rynku środków produkcji rozwiązań technicznych oraz oceny tych rozwiązań pod kątem przydatności we przedsiębiorstwie, w którym pracuje.	Dobry poziom umiejętności. W sposób dobry potrafi samodzielnie dokonywać krytycznej analizy istniejących na rynku środków produkcji rozwiązań technicznych oraz oceny tych rozwiązań pod kątem przydatności w przedsiębiorstwie, w którym pracuje.	Bardzo dobry poziom umiejętności. W sposób bardzo dobry potrafi samodzielnie dokonywać krytycznej analizy istniejących na rynku środków produkcji rozwiązań technicznych oraz oceny tych rozwiązań pod kątem przydatności we przedsiębiorstwie, w którym pracuje.
P6U_WK	Niezadawalająca umiejętność. Nie potrafi wykazać się innowacyjnością i wspólnie z innymi pracownikami z zespołu zaprojektować oraz poprowadzić proces zakupu lub sprzedaży środków produkcji posługując się odpowiednimi technikami, metodami i strategiami marketingowymi	Zadawalająca umiejętność. W sposób zadawalający potrafi wykazać się innowacyjnością i wspólnie z innymi pracownikami z zespołu zaprojektować oraz poprowadzić proces zakupu lub sprzedaży środków produkcji posługując się odpowiednimi technikami, metodami i strategiami marketingowymi.	Umiejętność na poziomie dobrym. Na poziomie dobrym potrafi wykazać się innowacyjnością i wspólnie z innymi pracownikami z zespołu zaprojektować oraz poprowadzić proces zakupu lub sprzedaży środków produkcji posługując się odpowiednimi technikami, metodami i strategiami marketingowymi	Umiejętność na poziomie bardzo dobrym. W sposób bardzo dobry potrafi wykazać się innowacyjnością i wspólnie z innymi pracownikami z zespołu zaprojektować oraz poprowadzić proces zakupu lub sprzedaży środków produkcji posługując się odpowiednimi technikami, metodami i strategiami marketingowymi
P6S_UK	Kompetencje niezadawalające. Nie	Kompetencje zadawalające. W	Kompetencje na poziomie	Kompetencje na poziomie

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

	jest gotów rzetelnie wykonywać zadania, stosować zasadę permanentnego uczenia się, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	sposób zadowalający jest gotów rzetelnie wykonywać zadania, stosować zasadę permanentnego uczenia się, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	dobrym. W sposób dobry jest gotów rzetelnie wykonywać zadania, stosować zasadę permanentnego uczenia się, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO	bardzo dobrym. W sposób bardzo dobry jest gotów rzetelnie wykonywać zadania, stosować zasadę permanentnego uczenia się, przestrzegać zasad etyki zawodowej a także stosować się do wymagań RODO
P6S_UK	Kompetencje niezadowalające. Nie jest gotów w sposób samodzielny i świadomy do podejmowania decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialności za ich realizację.	Kompetencje zadowalające. Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy do podejmowania decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	Kompetencje na poziomie dobrym. Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy do podejmowania decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.	Kompetencje na poziomie bardzo dobrym. Jest gotów w sposób samodzielny i świadomy do podejmowania decyzji marketingowych oraz przejmować odpowiedzialność za ich realizację.
P6S_UK	Kompetencje niezadowalające. Nie jest gotów dokonać krytycznej oceny zarówno swoich działań oraz innych osób, z którymi pracuje w zespole.	Kompetencje zadowalające. W stopniu zadowalającym jest gotów dokonać krytycznej oceny zarówno swoich działań oraz innych osób, z którymi pracuje w zespole.	Kompetencje na poziomie dobrym. W stopniu dobrym jest gotów dokonać krytycznej oceny zarówno swoich działań oraz innych osób, z którymi pracuje w zespole.	Kompetencje na poziomie bardzo dobrym. W stopniu bardzo dobrym jest gotów dokonać krytycznej oceny zarówno swoich działań oraz innych osób, z którymi pracuje w zespole.

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	24	12
Egzamin/zaliczenie	2	3
Udział w konsultacjach	4	5
Projekt / esej	20	30
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	10	10
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	15	15
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	3pkt ECTS/ 75 godz.	3pkt ECTS/ 75 godz.
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	30	20
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:

- T. Wojciechowski, Marketing na rynku środków produkcji, PWN, Warszawa 2003.
- T.Gołębiowski, red. Marketing na rynku instytucjonalnym, PWN, Warszawa 2003.
- M. D.Hutt, T.W.Speh, Zarządzanie marketingiem. Strategia rynku dóbr i usług przemysłowych, PWN, Warszawa 1997.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- A.Olczak, M.Urbaniak, Marketing B2B w praktyce gospodarczej, Difin, Warszawa 2006.

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

-T.Wojciechowski, Marketing i logistyka na rynku środków produkcji, PWE, Warszawa 1995.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacja multimedialna na platformie Moodle/Teams
--