**Karta opisu zajęć (sylabus)**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa kierunku studiów | Behawiorystyka zwierząt |
| Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim | Marketing i zarządzanie |
| Język wykładowy | polski |
| Rodzaj modułu | obowiązkowy |
| Poziom studiów | drugiego stopnia |
| Forma studiów | niestacjonarne |
| Rok studiów dla kierunku | 1 |
| Semestr dla kierunku | 2 |
| Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe | 2 (0,88/1,12) |
| Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osobyodpowiedzialnej za moduł | Dr hab. Eugenia Czernyszewicz prof. uczelni |
| Jednostka oferująca moduł | Katedra Zarządzania i Marketingu |
| Cel modułu | Dostarczenie teoretycznej i praktycznej wiedzy dotyczącej specyfiki działań z zakresu zarządzania i marketingu wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa na rynku, w tym przekazanie wiedzy dotyczącej metod i narzędzi służących do sprawnego zarządzania przedsiębiorstwem funkcjonującym w warunkach silnej konkurencji. Zapoznanie studentów z możliwościami zastosowania wybranych metod analizy przedsiębiorstwa i jego otoczenia oraz wykorzystania instrumentów marketingowych charakterystycznych dla współczesnego zarządzania i marketingu. |
| Efekty uczenia się dla modułu to opis zasobu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które student osiągnie po zrealizowaniu zajęć. | Wiedza: |
| 1. Student ma podstawową wiedzę z zakresu marketingu i zarządzania oraz ich roli w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa na konkurencyjnym rynku |
| Umiejętności: |
| 1. Student potrafi analizować i prawidłowo interpretować zjawiska zachodzące w przedsiębiorstwie i jego otoczeniu |
| Kompetencje społeczne: |
| 1. Student potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Jeśli są, należy wskazać moduły poprzedzające ten moduł |
| Treści programowe modułu | Istota i funkcje zarządzania. Analiza otoczenia oraz zasobów przedsiębiorstwa. Zarządzanie strategiczne i operacyjne. Współczesne koncepcje zarządzania. Etapy i narzędzia procesu decyzyjnego w organizacji. Elementy i rodzaje struktury organizacyjnej. Style i rodzaje kierowania. Cele i znaczenie zarządzania zasobami ludzkimi. Marketingowa koncepcja funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Segmentacja rynku. Charakterystyka instrumentów marketingowych. Rola badań marketingowych na rynku. |
| Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej | Literatura podstawowa:  1. Koźmiński A.K., Jemielniak D. Zarządzanie od podstaw. Podręcznik akademicki. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa 2008.  2. Koźmiński A.K., Piotrowski W. (red.), Zarządzanie. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa 2013.  2. R. W. Griffin, Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa 2017.  Literatura uzupełniająca:  1. A. F. Stoner, Kierowanie, PWE, Warszawa 2011. 2. Ph. Kotler, K.L. Keller, Marketing, Rebis, Poznań 2012. |
| Planowane formy/działania/metody dydaktyczne | Wykład z elementami dyskusji, wspomagany prezentacjami w PowerPoint, prace pisemne, sprawdzian pisemny |
| Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się | W1. Prace pisemne, sprawdzian pisemny  U1. Prace pisemne  K1. Prace pisemne  Archiwizacja prac pisemnych i sprawdzianu pisemnego w formie papierowej i/lub elektronicznej, protokół zaliczenia |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową | Komponenty oceny końcowej:  Prace pisemne (2) – 50%  Sprawdzian pisemny – 50% |
| Bilans punktów ECTS | Formy zajęć:  godz. kontaktowe/liczba ECTS  Wykład 18 godz. / 0,72  Konsultacje 2 godz. / 0,08  Zaliczenie pisemne 2 godz./ 0,08  Razem 22 godz./0,88 ECTS  godz. niekontaktowe/liczba ECTS  Przygotowanie do zajęć 10 godz. /0,4  Przygotowanie prac pisemnych 8 godz. /0,32  Studiowanie literatury 10 godz. / 0,4  Razem 28 godz./ 1,12 ECTS  Łącznie 50 godz./ 2 ECTS |
| Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego | udział w wykładach – 30 godz.; w konsultacjach 2 godz.; zaliczenie 2 godz.; |
| Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się | Kod efektu modułowego – kod efektu kierunkowego  W1 – BZ2\_W03+  U1 – BZ2\_U02+  K1 – BZ2\_K02+ |