

KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA		
Nazwa modułu/przedmiotu Zarządzanie potencjałem usługowym		Kod 1011102321011105168
Kierunek studiów Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) ogólnoakademicki	Rok / Semestr 1 / 2
Ścieżka obieralności/specjalność Zarządzanie produkcją i usługami	Przedmiot oferowany w języku: polski	Kurs (obligatoryjny/obieralny) obieralny
Stopień studiów: II stopień	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) stacjonarna	
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty/seminaria: -		Liczba punktów 3
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) inny		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) ogólnouczelniany
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki		Podział ECTS (liczba i %)
<p>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca: Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</p> <p>-dr inż. Mariusz Branowski, email: Mariusz.Branowski@put.poznan.pl tel. (0*61) 6653395 Katedra Marketingu i Sterowania Ekonomicznego ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań</p> <p>- dr inż. Karolina Bondarowska email: - karolina.bondarowska@put.poznan.pl tel. - (61) 665 34 03 - Inżynierii Zarządzania - ul. Strzelecka 11 Poznań</p>		
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:		
1	Wiedza:	Kurs podstaw marketingu. Kurs podstaw organizacji produkcji (w szczególności obliczanie zdolności produkcyjnych i stopnia ich wykorzystania)
2	Umiejętności:	Potrafi zinterpretować i opisać podstawowe prawa i procesy ekonomiczne mające wpływ na działalność przedsiębiorstwa.
3	Kompetencje społeczne	Ma świadomość społecznego kontekstu działalności przedsiębiorstw oraz rozumie podstawowe zjawiska społeczne.
Cel przedmiotu:		
Przekazanie wiedzy na temat potencjału usługowego, zasad jego obliczania oraz poziomów jego wykorzystania; umiejętność opracowania strategii zarządzania potencjałem usługowym		
Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia		
Wiedza:		
1. Ma pogłębioną wiedzę o uwarunkowaniach struktur organizacyjnych oraz o mechanizmach zmian struktur organizacyjnych przedsiębiorstw usługowych - [K2A_W03] 2. Potrafi wносить wkład merytoryczny w przygotowanie projektów społecznych i zarządzać przedsięwzięciami wynikającymi z tych projektów - [K2A_W05] 3. Zna w sposób pogłębiony metody i narzędzia modelowania procesów informacyjnych - [K2A_W08] 4. Zna metody i narzędzia modelowania procesów decyzyjnych - [K2A_W09] 5. Ma pogłębioną wiedzę o mechanizmach strukturotwórczych przedsiębiorstw usługowych - [K2A_W14] 6. Ma pogłębioną wiedzę o przedmiocie nauk kontekstowych w stosunku do nauk o zarządzaniu oraz nauk ergologicznych i stosowanych w nich metodach badawczych - [K2A_W15]		
Umiejętności:		

<ol style="list-style-type: none">1. Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) oraz potrafi formułować własne opinie i dobrać krytycznie dane i metody analiz - [K2A_U02]2. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk, formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować - [K2A_U03]3. Sprawnie posługuje się systemami normatywnymi, normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) albo potrafi posługiwać się nimi w celu rozwiązywania konkretnych problemów, ma rozszerzoną umiejętność w odniesieniu do wybranej kategorii więzi społecznych lub wybranego rodzaju norm - [K2A_U05]4. Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w różnych zakresach i formach, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy - [K2A_U06]5. Posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu zarządczego i przeprowadzenia procedury podjęcia rozstrzygnięć, w tym zakresie - [K2A_U07]
Kompetencje społeczne:
<ol style="list-style-type: none">1. Rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego doksztalcania się (studia drugiego i trzeciego stopnia, studia podyplomowe, kursy) - podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych; potrafi argumentować potrzebę uczenia się przez całe życie - [K2A_K01]2. Ma świadomość odpowiedzialności za pracę własną oraz gotowość podporządkowania się zasadom pracy w zespole i ponoszenia odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania - [K2A_K02]3. Potrafi dostrzegać zależności przyczynowo skutkowe w realizacji postawionych celów i rangować istotność alternatywnych bądź konkurencyjnych zadań - [K2A_K03]4. Ma świadomość ważności zachowania w sposób profesjonalny, przestrzegania zasad etyki zawodowej i poszanowania różnorodności poglądów i kultur - [K2A_K04]5. Ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i umiejętności potrzebnych do rozwiązywania złożonych problemów organizacji i konieczności tworzenia zespołów interdyscyplinarnych - [K2A_K06]6. Potrafi planować i zarządzać przedsięwzięciami biznesowymi - [K2A_K07]

Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia
Ocena formująca: a) w zakresie ćwiczeń: na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań b) w zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na poprzednich zajęciach. Ocena podsumowująca: a) w zakresie ćwiczeń na podstawie wykonanych analiz (w tym studiów przypadków), ocen i planów. b) w zakresie wykładów: test końcowy.
Treści programowe
-Specyfika pomiaru zdolności wytwórczych przedsiębiorstw usługowych. Definicje potencjału usługowego. Potencjał zasobu, usługi i przedsiębiorstwa usługowego. Korzyści z obliczenia i monitorowania poziomu wykorzystania potencjału usługowego. Czynniki wytwórcze jako determinanty potencjału usługowego. Zasady obliczania wielkości potencjału usługowego i poziomu jego wykorzystania. Specyfika branżowa zasad obliczania wielkości potencjału usługowego - analiza przypadków. Strategie zarządzania potencjałem usługowym (zarządzanie popytami i podażą). Strategie dostosowania podaży do popytu i popytu do podaży. Analiza przypadków zarządzania popytem i podażą. Zasady zarządzania oczekiwaniami klientów Metody dydaktyczne: wykłady informacyjne i problemowe, rozwiązywanie studiów przypadków, odgrywanie ról, ćwiczenia audytoryjne.
Literatura podstawowa: <ol style="list-style-type: none">1. Daszkowska M. Usługi: produkcja, rynek, marketing PWN, Warszawa 19982. Mudie P., Cottam A. Usługi; Zarządzanie i marketing PWN, Warszawa 19983. Rogoziński K Usługi rynkowe Wydawnictwo AE, Poznań 20004. Rogozinski K. Nowy marketing usług Wydawnictwo AE, Poznań 20005. Usługi - marketing i zarządzanie, Gilmore A., , PWE, Warszawa, 20066. Marketing usług, Payne A., , PWE, Warszawa, 19977. Marketing usług na przykładach, Rogoziński K., Nicholls R., , Akademia Ekonomiczna, Poznań, 2001
Literatura uzupełniająca: <ol style="list-style-type: none">1. Branowski M. Rachunkowość zarządcza w marketingu, rozdz. 6 książki Rachunkowość zarządcza. Wprowadzenie. Wyd. Politechniki Poznańskiej, 2010.2. Marketing usług, Pr zb. pod red. A.Styś, PWE, Warszawa, 20033. Usługi. Produkcja, rynek, marketing, Daszkowska M. , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1998
Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

Czynność		Czas (godz.)
1. Wykład		15
2. Ćwiczenia		15
3. Przygotowanie do ćwiczeń		12
4. Konsultacje		10
5. Przygotowanie do zaliczenia wykładu		20
6. Zaliczenie końcowe i omówienie wyników		3
Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	75	3
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	43	2
Zajęcia o charakterze praktycznym	32	1