

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>Zarządzanie cenami</b>		Kod <b>1011102331011145024</b>
Kierunek studiów <b>Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>(brak)</b>	Rok / Semestr <b>2 / 3</b>
Ścieżka obieralności/specjalność <b>Zarządzanie zasobami i marketingiem</b>	Przedmiot oferowany w języku: <b>polski</b>	Kurs (obligatoryjny/obieralny) <b>obieralny</b>
Stopień studiów: <b>II stopień</b>	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) <b>stacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: <b>15</b> Laboratoria: <b>-</b> Projekty/seminaria: <b>-</b>		Liczba punktów <b>3</b>
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) <b>(brak)</b>		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) <b>(brak)</b>
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki <b>nauki społeczne</b>		Podział ECTS (liczba i %) <b>3 100%</b>
<b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b>		
prof. dr hab. inż. Władysław Mantura email: wladyslaw.mantura@put.poznan.pl tel. 061 665 34 04 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>		
1	<b>Wiedza:</b>	Ma podstawową wiedzę z rachunkowości oraz nauk o zarządzaniu.
2	<b>Umiejętności:</b>	Potrafi zinterpretować i opisać rynkowy mechanizm kształtowania się cen oraz procesy ekonomiczne w przedsiębiorstwie.
3	<b>Kompetencje społeczne</b>	Ma świadomość społecznego kontekstu działalności przedsiębiorstw w zakresie ustalania cen.
<b>Cel przedmiotu:</b>		
Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie pojęć, zagadnień i metod występujących w zarządzaniu cenami w przedsiębiorstwie przemysłowym.		
<b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>		
<b>Wiedza:</b>		
1. Ma wiedzę o miejscu i znaczeniu zarządzania cenami w działalności przedsiębiorstwa przemysłowego. - [K2A_W01] 2. Zna terminologię i zakres problematyki w zarządzaniu cenami. - [K2A_W05] 3. Zna i rozumie funkcje, strategie, czynniki cenotwórcze i metody w zarządzaniu cenami. - [K2A_W08] 4. Ma wiedzę o marketingowych aspektach zarządzania cenami. - [K2A_W09]		
<b>Umiejętności:</b>		
1. Potrafi opisać i analizować zjawiska rynkowe dotyczące zarządzania cenami. - [K2A_U01] 2. Umie zastosować metody kształtowania cen zbytu. - [K2A_U04] 3. Umie podejmować decyzje dotyczące rozwiązań w zakresie zarządzania cenami. - [K2A_U06] 4. Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy występujące w zarządzaniu cenami. - [K2A_U02] 5. Posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu zarządczego i przeprowadzenia procedury podjęcia rozstrzygnięć, w tym zakresie - [K2A_U07]		
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
1. Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie cenotwórczości. - [K2A_K03] 2. Ma świadomość znaczenia cen w życiu społecznym i gospodarczym. - [K2A_K05] 3. Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w zespołach i organizacjach prowadzących działania cenotwórcze. - [K2A_K06]		

<b>Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia</b>		
Ocena formująca: w zakresie ćwiczeń: na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań w zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na poprzednich wykładach. Ocena podsumowująca: Zaliczenie wykładów w formie testu. Zaliczenie kolokwium z ćwiczeń.		
<b>Treści programowe</b>		
Definicja ceny. Istota i podstawowe funkcje ceny w mechanizmie regulacji rynkowej. Zarządzanie cenami jako funkcja marketingu. Uwarunkowania i problemy zarządzania cenami. Podstawowe funkcje zarządzania cenami. Strategie cenowe. Typologia i specyfikacja czynników cenotwórczych. Metody wyznaczania ceny zbytu. Różnicowanie i zmiany ceny zbytu. Problemy etyczne w zarządzaniu cenami. Metody dydaktyczne: wykład informacyjny, metoda ćwiczeniowa.		
<b>Literatura podstawowa:</b>		
1. Zarządzanie cenami, Mantura W., Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2011 2. Strategie cenowe, Waniowski P., PWE, Warszawa, 2003 3. Pricing Man. Jak zarządzanie ceną może odmienić biznes, Simon H., ICAN Institute, 2016 4. Marketingowe strategie cen, Karasiewicz G., PWE, Warszawa, 1997		
<b>Literatura uzupełniająca:</b>		
1. Zarządzanie cenami, Simon H., Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 1996 2. Cena, Łysiak W., Ex Libris, Warszawa, 2000		
<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>		
<b>Czynność</b>		<b>Czas (godz.)</b>
1. Wykład		15
2. Ćwiczenia		15
3. Konsultacje		10
4. Egzamin		2
5. Praca własna studenta		40
<b>Obciążenie pracą studenta</b>		
<b>forma aktywności</b>	<b>godzin</b>	<b>ECTS</b>
Łączny nakład pracy	82	3
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	42	2
Zajęcia o charakterze praktycznym	40	1