

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>Marketing</b>		Kod <b>1010612211010640019</b>
Kierunek studiów <b>Mechanika i budowa maszyn</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>(brak)</b>	Rok / Semestr <b>1 / 1</b>
Ścieżka obieralności/specjalność <b>Product engineering (Inżynieria produktu)</b>	Przedmiot oferowany w języku: <b>angielski</b>	Kurs (obligatoryjny/obieralny) <b>obligatoryjny</b>
Stopień studiów: <b>II stopień</b>	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) <b>stacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>2</b> Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: <b>1</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> <b>nauki ekonomiczne</b>		Podział ECTS (liczba i %) <b>3 100%</b> <b>3 100%</b>
<b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b> dr inż. Krzysztof Koper email: krzysztof.koper@put.poznan.pl tel. 61 665 2110 Maszyn Roboczych i Transportu ul. Piotrowo 3, 60-965 Poznań		
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>		
1	<b>Wiedza:</b>	Student ma podstawową wiedzę na temat współczesnej gospodarki rynkowej i podstawowych form działalności zorientowanych na rynki dóbr i usług.
2	<b>Umiejętności:</b>	Student potrafi nawiązać do przykładowego obiektu technicznego jako do produktu dostępnego na rynku, rozwijając biznesowe aspekty jego istnienia.
3	<b>Kompetencje społeczne</b>	Student potrafi pracować w ramach projektu grupowego, rozwijać i dzielić się pomysłami z innymi członkami grupy.
<b>Cel przedmiotu:</b> Wprowadzenie podejścia marketingowego do produktu, podnoszącego świadomość, że nie tylko wymagania techniczne stawiane przez potencjalnych klientów są źródłem statusu rynkowego produktów przemysłowych, ale wspomagają opracowanie strategii marketingowej.		
<b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>		
<b>Wiedza:</b>		
1. Posiada pogłębioną wiedzę na temat podejścia marketingowego do produktów przemysłowych we współczesnej gospodarce rynkowej. - [K2A_W14]		
2. Zna różnicę między standardami przemysłowymi a wymogami rynkowymi. - [K2A_W09]		
<b>Umiejętności:</b>		
1. Jest w stanie przygotować szkic strategii marketingowej oparty na literaturze i innych źródłach informacji, w tym źródłach internetowych i przedstawić prezentację ustną. - [K2A_U02]		
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
1. Jest świadomy i rozumie znaczenie i wpływ nietechnicznych aspektów działalności inżynierskiej. - [K2A_K02]		
2. Jest w stanie współpracować w grupie przyjmującej różne role. - [K2A_K03]		
3. Potrafi ustalić priorytety dla realizacji podjętych zadań. - [K2A_K04]		
4. Jest w stanie myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy. - [K2A_K05]		
<b>Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia</b>		
Egzamin (pisemny), przygotowanie i prezentacja projektu grupowego.		
<b>Treści programowe</b>		

Definicja marketingu i obszar zainteresowania naukowego i praktycznego. Funkcje marketingu, aktualne trendy w rozwoju teorii i praktyki marketingowej. Wartość rynkowa i rynkowy cykl życia obiektów technicznych. Wymagania klientów i rynku, segmentacja rynku, oddziaływanie marketingowe przedsiębiorstwa na rynku. Opracowanie strategii i planu marketingowego. System badań marketingowych, wgląd, gromadzenie i analizowanie informacji marketingowych.		
<b>Literatura podstawowa:</b>		
1. P. Kotler, K. Keller, Marketing Management (14th Edition), Prentice Hall 2011		
2. S. C. Jain, Marketing Planning & Strategy (6th Edition), Cengage South-Western 1999		
<b>Literatura uzupełniająca:</b>		
1. P. Hague, N. Hague, C.A. Morgan, Market research in practice: a guide to the basics, Kogan Page Limited 2004		
2. Kotler P. et al, Principles of Marketing (2nd European Edition), Prentice Hall Europe 1999		
<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>		
<b>Czynność</b>		<b>Czas (godz.)</b>
1. Uczestnictwo w wykładzie / zajęciach projektowych		45
2. Konsolidacja treści wykładu		5
3. Konsultacje		5
4. Przygotowanie do zaliczenia		12
5. Udział w egzaminie i prezentacji projektu		3
<b>Obciążenie pracą studenta</b>		
<b>forma aktywności</b>	<b>godzin</b>	<b>ECTS</b>
Łączny nakład pracy	70	3
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	53	3
Zajęcia o charakterze praktycznym	17	0