

POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2019/2020

Międzywydziałowa oferta dydaktyczna

Kierunek studiów: Międzywydziałowy Kierunek Studiów Gospodarka Przestrzenna

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: 1

Stopień studiów: II

Specjalności: Urbanistyka i transport 2019/2020

1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

NAZWA PRZEDMIOTU	Marketing terytorialny
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Teritorial marketing
KOD PRZEDMIOTU	MOD MKS-GP oIIS C3 19/20
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty kierunkowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	2.00
SEMESTRY	1

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	LABORATORIA	LABORATORIA KOMPUTERO- WE	PROJEKT	SEMINARIUM
1	15	15	0	0	0	0

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 Cel przedmiotu 1 Zapoznanie studentów z modelowymi działaniami z zakresu marketingu terytorialnego w wybranych miastach, trendami działań i przykładami dobrej praktyki, a także ćwiczenie warsztatu analizy i syntetycznego wyrażania myśli podczas prezentacji pracy i dyskusji.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1 Student musi posiadać wiedzę potwierdzoną zaliczeniem przedmiotów w semestrach poprzedzających.

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza w pogłębionym stopniu procesy kształtowania ładu przestrzennego, co pozwala mu identyfikować i oceniać uwarunkowania oraz skalę zagrożeń w rozwoju inteligentnych miast i aglomeracji oraz zagadnienia związane z planowaniem przestrzennym i regionalnym

EK2 Wiedza znaczenie historii i dziedzictwa kulturowego oraz potrzeby jego ochrony, posiada rozbudowaną wiedzę z dziedziny historii i teorii urbanistyki i planowania przestrzennego

EK3 Umiejętności wykorzystać metody analityczne, symulacyjne i eksperymentalne przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań inżynierskich i prostych problemów badawczych, także o charakterze interdyscyplinarnym, właściwym dla specjalności

EK4 Kompetencje społeczne przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Zagadnienia marketingu terytorialnego, zastosowanie działań marketingowych w praktyce projektowania i planowania przestrzennego miast dużych. -Zagadnienia marketingu terytorialnego, zastosowanie działań marketingowych w praktyce projektowania i planowania przestrzennego miast średniej wielkości. -Zagadnienia marketingu terytorialnego, zastosowanie działań marketingowych w praktyce projektowania i planowania przestrzennego miast małych. -Zastosowanie działań marketingu terytorialnego w projektowaniu i planowaniu przestrzennym obszarów metropolitalnych na przykładach metropolii zagranicznych - projektowanie miast w myśl zasad rozwoju zrównoważonego przy zastosowaniu narzędzi marketingu terytorialnego - przykłady działań marketingowych polskich gmin - pojęcie ładu przestrzennego, a marketing terytorialny - marketing terytorialny, a wybrane inwestycje celu publicznego -zapis planistyczny a marketing terytorialny	15

ĆWICZENIA		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN

ĆWICZENIA		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	- omówienie zadania ćwiczeniowego, wybór tematu ćwiczenia spośród puli zadań oraz wybór indywidualnej lokalizacji wybranego zagadnienia, określenie wymogów planistycznych i technicznych wybranego tematu w odniesieniu do uwarunkowań lokalizacyjnych i istniejących dokumentów planistycznych, określenie potencjału wybranej inwestycji i lokalizacji, który wykorzystany być może podczas działań marketingowych, określenie słabości inwestycji i lokalizacji i ew. problemów, które pojawić się mogą podczas realizacji inwestycji (przestrzenne, społeczne i in.) a także propozycja rozwiązania tych problemów, prezentacja multimedialna zadania ćwiczeniowego, złożenie w formie drukowanej zadania ćwiczeniowego.	15

7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Wykłady

N2 Prezentacje multimedialne

N3 Praca w grupach

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Konsultacje przedmiotowe	0
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	10
Opracowanie wyników	10
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	10
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	60
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2.00

9 SPOSOBY OCENY

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Test

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi na przykładzie wybranej lokalizacji określić jakie działania z zakresu zagadnień marketingu terytorialnego powinny zostać podjęte, jakie cechy wybranej lokalizacji stanowiące będą atut, a jakie problem wymagający rozwiązania podczas realizacji danego zagadnienia.
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi na przykładzie wybranej lokalizacji określić jakie działania z zakresu zagadnień marketingu terytorialnego powinny zostać podjęte, jakie cechy wybranej lokalizacji stanowiące będą atut, a jakie problem wymagający rozwiązania podczas realizacji danego zagadnienia.
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi na przykładzie wybranej lokalizacji określić jakie działania z zakresu zagadnień marketingu terytorialnego powinny zostać podjęte, jakie cechy wybranej lokalizacji stanowiące będą atut, a jakie problem wymagający rozwiązania podczas realizacji danego zagadnienia.
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi na przykładzie wybranej lokalizacji określić jakie działania z zakresu zagadnień marketingu terytorialnego powinny zostać podjęte, jakie cechy wybranej lokalizacji stanowiące będą atut, a jakie problem wymagający rozwiązania podczas realizacji danego zagadnienia.

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K_W02 K_W04	Cel 1	W1 C1	N1 N2 N3	P1
EK2	K_W02 K_W04	Cel 1	W1 C1	N1 N2 N3	P1
EK3	K_U07	Cel 1	W1 C1	N1 N2 N3	P1

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK4	K_K07	Cel 1	W1 C1	N1 N2 N3	P1

11 WYKAZ LITERATURY

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr hab. inż. , prof. PK Bogusław Podhalański (kontakt: papodhal@cyf-kr.edu.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr hab. inż.arch, prof. PK Bogusław Podhalański (kontakt: papodhal@cyf-kr.edu.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejsowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....