Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki

Karta przedmiotu

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2020/2021

Wydział Inżynierii Lądowej

Kierunek studiów: Transport

Profil: Ogólnoakademicki

Forma sudiów: stacjonarne

Kod kierunku: TRA

Stopień studiów: I

Specjalności: Bez specjalności

1 Informacje o przedmiocie

Nazwa przedmiotu	Podstawy ekonomii i marketingu
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	
Kod przedmiotu	WIL TRA oIS A6 20/21
Kategoria przedmiotu	Przedmioty ogólne
Liczba punktów ECTS	3.00
Semestry	2

2 Rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Wykład	Ćwiczenia audytoryjne	Laboratoria	Laboratoria komputerowe	Projekty	Seminarium
2	15	15	0	0	0	0

3 Cele przedmiotu

Cel 1 Zapoznanie studentów z nauką społeczną jaką jest ekonomia oraz wykorzystaniem jej w życiu społecznym.

Cel 2 Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami z zakresu mikroekonomii: funkcjonowaniem mechanizmu rynkowego, kształtowaniem ceny w zależności od nasycenia rynku, podmioty gospodarujące na rynku (gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa), państwo i instytucje finansowe

Cel 3 Zapoznanie studentów z makroekonomicznymi prawami ekonomicznymi regulującymi funkcjonowanie państwa we współczesnej gospodarce rynkowej, obowiązującymi na rynku pracy, czynnikami kształtującymi koniunkturę gospodarczą

Cel 4 Zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z międzynarodową wymianą gospodarczą: handel zagraniczny, rynek walutowy, bilans handlowy i płatniczy, międzynarodowy rynek finansowy

Cel 5 Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z marketingiem; marketing mix, marketing relacji

4 Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

5 Efekty kształcenia

EK1 Wiedza Student wie dlaczego ekonomia zaliczana jest do nauk społecznych

EK2 Wiedza Student zna narzędzia kształtujące rynek, opisuje rodzaje podmiotów gospodarujących na rynku, zna zasady kształtowania rynku finansowego i kapitałowego oraz opisuje jego instrumenty

EK3 Wiedza Student zna czynniki mające wpływ na wzrost i rozwój gospodarczy kraju, zna mechanizmy regulujące gospodarkę w ujęciu makroekonomicznym (zarówno wewnątrzkrajowym, jak również międzynarodowym)

EK4 Umiejętności Student umie ocenić stan koniunktury gospodarczej w zależności od poziomu wskaźników makroekonomicznych i umie dobrać niezbędne działania łagodzące przebieg cykli koniunkturalnych

EK5 Umiejętności Student umie określić czynniki wpływające na popyt i podaż przykładowych dóbr i usług

EK6 Umiejętności Student umie zaplanować strategię marketingową z wykorzystaniem wszystkich elementów marketingu mix

EK7 Kompetencje społeczne Student samodzielnie rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy makro i mikroekonomiczne przestrzegając zasad etyki

6 Treści programowe

Ćwiczenia audytoryjne		
Lp	Tematyka zajęć Opis szczegółowy bloków tematycznych	Liczba godzin
C1	Zadania sytuacyjne Narzędzia analizy ekonomicznej, Popyt i podaż oraz równowaga rynkowa, Elastyczność cenowa, dochodowa i mieszana, Ceny minimalne i maksymalne, (zdania sytuacyjne)	5
C3	Nominalny i realny PKB, deflator PKB, wskaźnik CPI, wskaźnik inflacji, wskaźnik bezrobocia, płace realne i nominalne, sposoby obliczania PKB zdania sytuacyjne, case study	5
C4	Rynek walutowy: kursy bieżące i terminowe, zdania sytuacyjne, case study	2
C5	Marketing mix i strategie marketingowe case study	3

Wykład		
Lp	Tematyka zajęć Opis szczegółowy bloków tematycznych	Liczba godzin
W1	Wprowadzenie do ekonomii: potrzeby ludzkie i możliwości ich zaspokajania, proces gospodarowania, jego uwarunkowania i konsekwencje, rzadkość zasobów czynników wytwórczych i jej konsekwencje, systemy gospodarcze, przedmiot zainteresowań ekonomii Rynek: strona popytu i podaży na rynku, funkcjonowanie mechanizmu rynkowego, elastyczność popytu i podaży, podstawowe struktury rynkowe	3
W2	Podmioty gospodarujące: uczestnicy procesu gospodarowania i powiązania między nimi, gospodarstwo domowe jako podmiot gospodarujący, przedsiębiorstwo	2
W3	Państwo jako podmiot regulujący gospodarkę: rola państwa we współczesnej gospodarce rynkowej, budżet państwa, polityka fiskalna państwa, system bankowy, polityka pieniężna państwa, rynek pracy	3
W4	Inflacja i polityka antyinflacyjna, cykle gospodarcze (koniunkturalne) Wzrost i rozwój gospodarczy i ich mierniki	2
W5	Międzynarodowa wymiana gospodarcza: handel zagraniczny, rynek walutowy, bilans handlowy i płatniczy, międzynarodowy rynek finansowy	2
W6	Marketing: przesłanki działalności marketingowej w przedsiębiorstwie, zarządzanie produktem, organizowanie dystrybucji produktów, promocja produktów, programowanie cen produktów, zarządzanie marketingowe, marketing międzynarodowy	3

7 Narzędzia dydaktyczne

N1 Ćwiczenia projektowe

N2 Materiały prasowe

N3 Tablica dydaktyczna

N4 Kalkulator

N5 Zadania tablicowe

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	2
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	20
Opracowanie wyników	3
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	3
rozwiązywanie zadań	15
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	**75**
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3.00

9 Sposoby oceny

Ocena formująca

F1 Aktywność na zajęciach

Ocena podsumowująca

P1 Zaliczenie pisemne

Warunki zaliczenia przedmiotu

W1 Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie ocen pozytywnych z zaliczenia wykładu i ćwiczeń. Ocena końcowa jest obliczana ze wzoru: 0,5*ocena z części wykładowej + 0,5*ocena z ćwiczeń projektowych.

Kryteria oceny

Efekt kształcenia 1	
Na ocenę 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
Na ocenę 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
Na ocenę 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%

Efekt kształcenia 2	
Na ocenę 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
Na ocenę 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
Na ocenę 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
Efekt kształcenia 3	
Na ocenę 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
Na ocenę 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
Na ocenę 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
Efekt kształcenia 4	
Na ocenę 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny podjętych działań
Na ocenę 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny podjętych działań
Na ocenę 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny podjętych działań
Efekt kształcenia 5	
Na ocenę 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny wskazywanych czynników
Na ocenę 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny wskazywanych czynników
Na ocenę 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny wskazywanych czynników
Efekt kształcenia 6	
Na ocenę 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
Na ocenę 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
Na ocenę 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
Efekt kształcenia 7	
Na ocenę 3.0	Student rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy makro i mikroekonomiczne przy niewielkim naprowadzeniu prowadzącego

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_W23	Cel 1	w1	N1 N2	P1
EK2	K_W23	Cel 2	c1 w1	N1 N2 N3 N4 N5	F1 P1
EK3	K_W23	Cel 3	w3	N1 N2 N3	P1
EK4	K_U23	Cel 3	c3	N3 N4 N5	F1
EK5	K_U23	Cel 2	c1	N4 N5	F1
EK6	K_U23	Cel 5	c5	N1 N2 N4	F1
EK7	K_K01 K_K02 K_K10	Cel 2 Cel 5	c1 c3 c4 c5	N1 N3 N5	F1

11 Wykaz literatury

Literatura podstawowa

[1] Samuelson Paul A., Nordhaus William D. — *Ekonomia*, Poznań, 2017, Dom Wydawniczy Rebis

[2] Marciniak S. — *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy współczesności*, Warszawa, 2017, PWN

[3] Krugman P., Wells R. — *Mikroekonomia*, Warszawa, 2017, PWN

[4] Krugman P., Wells R. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2017, PWN

[5] Kotler P., Keller K. L. — *Marketing*, Poznań, 2012, Regis

[6] Kaczmarczyk S. — *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne.*, Warszawa, 2011, PWE

Literatura uzupełniająca

[1] Buko J. — *Polityka gospodarcza*, Szczecin, 2015, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego

[2] Rybiński K. — *Ekonomia w matriksie*, Lublin, 2014, Wydawnictwo Słowa i Myśli

[3] Blanchard O. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2011, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer

[4] Wolska G. — *Mikroekonomia. Pojęcie-przedmiot-ewolucja*, Warszawa, 2014, PWE

[5] Begg D., Vernasca G., Fischer S., Dornbusch R. — *Mikroekonomia*, Warszawa, 2014, PWE

[6] Begg D., Vernasca G., Fischer S., Dornbusch R. — *Makroekonomia*, Warszawa, 2014, PWE

[7] Królewski J., Sala P. — *E-marketing. Współczesne trendy.*, Warszawa, 2014, PWN

12 Informacje o nauczycielach akademickich

Osoba odpowiedzialna za kartę

dr inż. Aleksandra Ciastoń–Ciulkin (kontakt: aciaston-ciulkin@pk.edu.pl)

Osoby prowadzące przedmiot

1 dr inż. Aleksandra Ciastoń-Ciulkin (kontakt: aciaston-ciulkin@pk.edu.pl)

13 Zatwierdzenie karty przedmiotu do realizacji

(miejscowość, data) (odpowiedzialny za przedmiot) (dziekan)

Przyjmuję do realizacji (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

. . . . . .