

POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2021/2022

Wydział Inżynierii Lądowej

Kierunek studiów: Transport

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: niestacjonarne

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 oIN A6 21/22
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 KOMPUTERO- WE	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

- 1 Podstawowe informacje z zakresu ekonomii i gospodarowania pozyskane na etapie szkoły średniej

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 wewnątrz krajowym, 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

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

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W4	Inflacja i polityka antyinflacyjna, cykle gospodarcze (konjunkturalne) 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

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

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: $0,5 \cdot \text{ocena z części wykładowej} + 0,5 \cdot \text{ocena z ćwiczeń projektowych}$.

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%

NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	uzyskanie średniego poziomu 51%
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	uzyskanie średniego poziomu 75%
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	uzyskanie średniego poziomu 90%
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny podjętych działań
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny podjętych działań
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny podjętych działań
EFEKT KSZTAŁCENIA 5	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny wskazywanych czynników

NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny wskazywanych czynników
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny wskazywanych czynników
EFEKT KSZTAŁCENIA 6	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, minimalny opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.0	Spełnienie wymagań prowadzącego w podstawowym zakresie, zadowalający opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
NA OCENĘ 4.5	*
NA OCENĘ 5.0	Spełnienie wszystkich wymagań prowadzącego, rozwinięty opis słowny dobranych narzędzi marketingowych
EFEKT KSZTAŁCENIA 7	
NA OCENĘ 2.0	*
NA OCENĘ 3.0	Student rzetelnie i komunikatywnie formułuje rzeczywiste problemy makro i mikroekonomiczne przy niewielkim naprowadzeniu prowadzącego
NA OCENĘ 3.5	*
NA OCENĘ 4.5	*

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	w1 c1	N1 N2 N3 N4 N5	F1 P1

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
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)

2 dr inż. Waldemar Parkitny (kontakt: wpark@pk.edu.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....

.....