**Nazwa przedmiotu:**

Projektowanie i osiąganie uznania społecznego

**Koordynator przedmiotu:**

dr Krystyna SERWIN-JAKUBOWSKA

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Informatyka

**Grupa przedmiotów:**

Kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

POUS

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2009/2010

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 30h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

<P>Sztuka sprzedawania jest sztuką pokazywania. Niezależnie od ról pełnionych w społeczeństwie, bierzemy udział w różnych sytuacjach w których "kupujemy" lub "sprzedajemy" wiedzę. Treści stanowiące efekt doświadczenia i uczenia się trzeba w konstruktyw

**Treści kształcenia:**

<OL><LI>Wiedza jako produkt ( przykłady, metody efektywnej selekcji produktów) (6h). </LI> <LI>Społeczne oczekiwania i sposoby percepcji potencjalnych nabywców (4 h).</LI> <LI>Typy przewagi nad konkurencją (ocena bieżącej koniunktury) (2h). </LI> <LI>Wy

**Metody oceny:**

**Egzamin:**

**Literatura:**

<OL><LI>Gustaw Le Bon,<I> Psychologia tłumu,</I> PWN, W- wa 1994 </LI> <LI>Krzysztof Wyżykowski,<I> Marketing,</I> Oficyna wydawnicza"ME sc",W-wa 2000</LI> <LI>Lechosław Grabarski,<I> Zachowania nabywców,</I> PWE, W-wa 2001 </LI> <LI> Peter H. Lindsay, Do

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe