**Nazwa przedmiotu:**

Warsztaty analityczne - strategie marketingowe

**Koordynator przedmiotu:**

dr hab. inż. Domański Jarosław

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS:
15h badania, analizy, prace projektowe związane z przygotowaniem projektu + 30h projekt +5h konsultacje = 50h

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

1,4 ECTS:
30h projekt + 5h konsultacje z opiekunem = 35h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

2 ECTS:
15h badania, analizy, prace projektowe związane z przygotowaniem projektu + 30h projekt +5h konsultacje = 50h

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

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

**Wymagania wstępne:**

Pozytywne zaliczenie przedmiotów modułu Marketing z zakresu I i II semestru

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest wykonanie indywidualnego zadania projektowego z zakresu marketingu na przykładzie konkretnego przedsiębiorstwa

**Treści kształcenia:**

D. Projekt:
Konsultacje merytoryczne kolejnych fragmentów projektu.
1. Efektem przedmiotu jest projekt, który obowiązkowo musi zawierać WSZYSTKIE następujące elementy: sformułowanie problemu, przeprowadzenie analizy i diagnozy bieżącego stanu, na tej pod-stawie sformułowanie założeń dla rozwiązania problemu, następ-nie rozwiązanie problemu oraz wykazanie jego opłacalności i zasadności wdrożenia do praktyki.

**Metody oceny:**

D. Projekt:
1. Ocena formatywna: weryfikacja fragmentów materiału przygotowywanego przez studenta, rozmowy konsultacyjne, ocena terminowości realizacji kolejnych fragmentów projektu.
2. Ocena sumatywna: Przy zakończeniu następuje ocena merytoryczna przygotowanego materiału, co stanowi podstawę do zaliczenia przedmiotu i przyznania punktów ECTS

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Literatura wskazana w poszczególnych przedmiotach modułu Marketing ze szczególnym uwzględnieniem adekwatnej do celu realizowanego projektu
2. Uzupełniająca:

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z1\_W06:**

absolwent zna i rozumie teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania marki i zarządzania relacjami z klientem

Weryfikacja:

weryfikacja materiału przygotowanego przez studenta, rozmowy konsultacyjne

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_W01:**

absolwent zna i rozumie teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania przedsiębiorstwem/organizacją

Weryfikacja:

weryfikacja materiału przygotowanego przez studenta, rozmowy konsultacyjne

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z1\_U12:**

absolwent potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi wykorzystywanych w marketingu, w tym również narzędzi IT

Weryfikacja:

Realizacja projektu.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_U21:**

absolwent potrafi planować i organizować pracę – indywidualną oraz w zespole

Weryfikacja:

Realizacja projektu

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z1\_K02:**

absolwent jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z zakresu marketingu

Weryfikacja:

Realizacja projektu

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_K04:**

absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja:

Realizacja projektu

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**