

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2019/2020

Wydział Inżynierii Lądowej

Kierunek studiów: Budownictwo

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: BUD

Stopień studiów: II

Specjalności: Technologia i organizacja budownictwa

### 1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

|                                         |                               |
|-----------------------------------------|-------------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU                        | Marketing w firmie budowlanej |
| NAZWA PRZEDMIOTU<br>W JĘZYKU ANGIELSKIM |                               |
| KOD PRZEDMIOTU                          | WIL BUD oIIS D13 19/20        |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU                    | Przedmioty specjalnościowe    |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS                     | 2.00                          |
| SEMESTRY                                | 2                             |

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA<br>AUDYTORYJNE | LABORATORIA | LABORATORIA<br>KOMPUTERO-<br>WE | PROJEKTY | SEMINARIUM |
|---------|--------|--------------------------|-------------|---------------------------------|----------|------------|
| 2       | 15     | 0                        | 0           | 0                               | 15       | 0          |

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i zagadnieniami marketingu w budownictwie.

**Cel 2** Zapoznanie studentów z problematyką badań marketingowych w budownictwie

**Cel 3** Zapoznanie studentów z problematyką promocji mix w budownictwie

## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1 brak

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1 Wiedza** Student zna funkcje i zasady marketingu

**EK2 Umiejętności** Student potrafi projektować i przeprowadzać badania marketingowe w budownictwie wspomagające system decyzyjny firmy budowlanej

**EK3 Umiejętności** Student potrafi opracować pakiet prezentacyjny firmy budowlanej jako formy reklamy stosowanej m.in. w systemie przetargowym

**EK4 Wiedza** Student zna kryteria i zasady segmentacji rynku budowlanego

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

| WYKŁAD    |                                                                                                                                                                                                                                               |                  |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP        | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                                                                                                        | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>W1</b> | Wprowadzenie do marketingu. Geneza marketingu. Pojęcia podstawowe, zasady i funkcje marketingu, istota i znaczenie marketingu w firmie budowlanej                                                                                             | 3                |
| <b>W2</b> | Badanie i analiza rynku budowlanego. Metodyka badań marketingowych w budownictwie. Pomiar w badaniach marketingowych. Wybrane rodzaje badań marketingowych. Metody analizy wyników badań i prezentacji wyników. Opracowanie raportu końcowego | 6                |
| <b>W3</b> | Promocja mix w budownictwie. Reklama firmy budowlanej. Pakiet prezentacyjny firmy budowlanej.                                                                                                                                                 | 4                |
| <b>W4</b> | Pojęcie, rola i kryteria segmentacji. Segmentacja rynku budowlanego. Wybór rynków docelowych. Pozycjonowanie produktu na rynku budowlanym.                                                                                                    | 2                |

| PROJEKTY  |                                                                                                                             |                  |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP        | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                      | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>P1</b> | Omówienie zakresu projektu. Wydanie tematów                                                                                 | 3                |
| <b>P2</b> | Projekt badań marketingowych na temat związany z budownictwem. Metody zdobywania informacji marketingowych. Próba badawcza  | 4                |
| <b>P3</b> | Projekt narzędzia badawczego. Rodzaje skal i pytań kwestionariusza. Najczęściej popełniane błędy w badaniach marketingowych | 4                |
| <b>P4</b> | Weryfikacja narzędzia badawczego, badania pilotażowe. Zaliczenie projektów                                                  | 4                |

## 7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Wykłady

N2 Ćwiczenia projektowe

N3 Prezentacje multimedialne

N4 Dyskusja

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI                                                                                 | ŚREDNIA LICZBA GODZIN<br>NA ZREALIZOWANIE<br>AKTYWNOŚCI |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>                                     |                                                         |
| Godziny wynikające z planu studiów                                                               | 30                                                      |
| Konsultacje przedmiotowe                                                                         | 3                                                       |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji                                                                    | 2                                                       |
| <b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b> |                                                         |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury                               | 10                                                      |
| Opracowanie wyników                                                                              | 10                                                      |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 5                                                       |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z<br/>CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>    | <b>60</b>                                               |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU                                                    | 2.00                                                    |

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Projekt indywidualny

F2 Test

### OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Średnia ważona ocen formujących

### KRYTERIA OCENY

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 |   |
|---------------------|---|
| NA OCENĘ 2.0        | x |

|                     |                                                                                                            |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 3.0        | Poprawnie wykonany projekt na poziomie podstawowym oraz ponad 50% punktów uzyskanych z zaliczenia wykładu  |
| NA OCENĘ 3.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 5.0        | x                                                                                                          |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 |                                                                                                            |
| NA OCENĘ 2.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 3.0        | Poprawnie wykonany projekt na poziomie podstawowym oraz ponad 50% punktów uzyskanych z zaliczenia wykładu  |
| NA OCENĘ 3.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 5.0        | x                                                                                                          |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 |                                                                                                            |
| NA OCENĘ 2.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 3.0        | Poprawnie wykonany projekt na poziomie podstawowym oraz ponad 50% punktów uzyskanych z zaliczenia wykładów |
| NA OCENĘ 3.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 5.0        | x                                                                                                          |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 4 |                                                                                                            |
| NA OCENĘ 2.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 3.0        | Poprawnie wykonany projekt na poziomie podstawowym oraz ponad 50% punktów uzyskanych z zaliczenia wykładów |
| NA OCENĘ 3.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.0        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 4.5        | x                                                                                                          |
| NA OCENĘ 5.0        | x                                                                                                          |

## 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_W11 K_K01                                                                    | Cel 1           | w1 p1             | N1 N3                 | F1 F2 P1      |
| EK2               | K_U17 K_U18 K_K01                                                              | Cel 2           | w2 p2 p3          | N1 N2 N3 N4           | F1 F2 P1      |
| EK3               | K_U17 K_U18 K_K01                                                              | Cel 3           | w3                | N1 N2 N3 N4           | F1 F2 P1      |
| EK4               | K_W11 K_K02                                                                    | Cel 3           | w4                | N1 N2 N3 N4           | F1 F2 P1      |

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

[1] | Radziszewska-Zielina E. — *Metody badań marketingowych w budownictwie*, Kraków, 2006, Know-How

[2] | Pabian A. — *Marketing w budownictwie. Poradnik przedsiębiorcy budowlanego*, Warszawa, 1999, COIB

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

[1] | Kotler P. — *Marketing*, Poznań, 2005, Rebis

[2] | Duliniec E. — *Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Warszawa, 2002, PWN

[3] | Radziszewska-Zielina — *Badania relacji partnerskich przedsiębiorstw budowlanych*, Kraków, 2010, Politechnika Krakowska

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr hab. inż. prof. PK Elżbieta Radziszewska-Zielina (kontakt: [eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl](mailto:eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl))

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr hab.inż. Elżbieta Radziszewska-Zielina (kontakt: [eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl](mailto:eradzisz@izwbit.wil.pk.edu.pl))



## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

---

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

**PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI** (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....