

<b>WYDZIAŁ CHEMICZNY</b>					
<b>KARTA PRZEDMIOTU</b>					
Nazwa przedmiotu w języku polskim		Kwalifikacje menedżera			
Nazwa przedmiotu w języku angielskim		Manager Qualification			
Kierunek studiów (jeśli dotyczy):					
Specjalność (jeśli dotyczy):					
Poziom i forma studiów:		II stopień, stacjonarna			
Rodzaj przedmiotu:		wybieralny			
Kod przedmiotu		ZMZ000381W			
Grupa kursów		NIE			
	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	15				
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	60				
Forma zaliczenia	zaliczenie na ocenę				
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	2				
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)					
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	0,5				
<b>WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH</b>					
1. Brak					
<b>CELE PRZEDMIOTU</b>					
Celem zajęć jest zapoznanie uczestnika z umiejętnościami, jakie powinien posiadać menedżer.					
C1. Zdobyć wiedzę z zakresu efektywnego kierowania oraz skutecznego podejmowania decyzji,					
C2. Zdobyć wiedzę w zakresie skutecznej komunikacji z pracownikami,					
C3. Umiejętność prowadzenia negocjacji					
C4. Zdobyć wiedzę w zakresie mechanizmów wpływu reklamy na decyzje konsumenta					
<b>PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>					
<b>Z zakresu wiedzy:</b>					
PEK_W01 Ma uporządkowaną wiedzę w zakresie umiejętności interpersonalnych oraz marketingowych					
PEK_W02 Ma wiedzę w zakresie podejmowania skutecznych decyzji oraz technik negocjacyjnych					
<b>Z zakresu umiejętności:</b>					
PEK_U01 potrafi kierować zespołem					
PEK_U02 potrafi skutecznie negocjować					
PEK_U03 potrafi opracowywać kampanie marketingowe					
<b>Z zakresu kompetencji społecznych:</b>					

PEK_K01 Jest przygotowany do inicjowania zmian w organizacji i uczestnictwa w ich planowaniu i wdrażaniu.		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>		
<b>Forma zajęć - wykład</b>		<b>Liczba godzin</b>
Wy1	Skuteczna komunikacja	2
Wy2	Negocjacje- istota, proces, etapy	2
Wy3	Techniki negocjacyjne	2
Wy4	Skuteczne zarządzanie- jak motywować ludzi	2
Wy5	Kierowanie zespołem	2
Wy6	Sztuka prowadzenia skutecznych kampanii marketingowych	2
Wy7	Sztuka prowadzenia skutecznych kampanii marketingowych	2
Wy8	kolokwium	1
	Suma godzin	<b>15</b>
<b>STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE</b>		
N1.		
<b>OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>		
<b>Oceny</b> (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu uczenia się	Sposób oceny osiągnięcia efektu uczenia się
F1	PEK_U01	Studium przypadku, aktywność w dyskusji
F2	PEK_U02	Studium przypadku, aktywność w dyskusji
F3	PEK_U03	Studium przypadku, aktywność w zespole
P PEK_W01 , PEK_W02		
<b>LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA</b>		
<b><u>LITERATURA PODSTAWOWA:</u></b>		
1. Grzesiuk L., Doroszewicz K., Stojanowska E., Umiejętności Menedżera-psychologia stosowana dla menedżerów, WSHiP Warszawa 2001 2 D. Doliński, Psychologiczne mechanizmy reklamy, GWP, Gdańsk 2003		
<b><u>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</u></b>		
1. A.Falkowski,T.Tyszka, Psychologia zachowań konsumenckich, GWP, Gdańsk 2002 2. Heath Robert, Ukryta moc reklamy. Co tak naprawdę wpływa na wybór marki?, GWP, Gdańsk		
<b>OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)</b>		
<b>Dr hab. inż. Radosław Ryńca, <a href="mailto:radoslaw.rynca@pwr.edu.pl">radoslaw.rynca@pwr.edu.pl</a></b>		