

KARTA MODUŁU / KARTA PRZEDMIOTU

Kod modułu	Z-LOG-169I
Nazwa modułu	Zarządzanie usługami
Nazwa modułu w języku angielskim	Service management
Obowiązuje od roku akademickiego	2012/2013

A. USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	Logistyka
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Stacjonarne
Specjalność	Wszystkie
Jednostka prowadząca moduł	Katedra Ekonomii i Finansów
Koordinator modułu	dr Dorota Miłek
Zatwierdził:	

B. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Przedmiot kierunkowy
Status modułu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	Semestr IV
Usytuowanie realizacji przedmiotu w roku akademickim	Semestr letni
Wymagania wstępne	Mikroekonomia, Podstawy zarządzania
Egzamin	Nie
Liczba punktów ECTS	2

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
w semestrze	15	15	-	-	-

C. EFEKTY KSZTAŁCENIA I METODY SPRAWDZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Cel modułu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi problemami funkcjonowania sektora usług we współczesnej gospodarce, sposobami funkcjonowania przedsiębiorstw usługowych oraz zjawiskami występującymi w sferze usług w perspektywie zarówno polskiej, jak i europejskiej.
-------------------	---

Symbol efektu	Efekty kształcenia	Forma prowadzenia zajęć (w/ć/l/p/inne)	odniesienie do efektów kierunkowych	odniesienie do efektów obszarowych
W_01	Ma podstawową wiedzę nt. znaczenia funkcjonowania rynku usług w gospodarce oraz zarządzania usługami we współczesnej gospodarce. Zna pojęcie usług, ich klasyfikacje oraz koncepcje i specyfikę marketingu usług. Ma również wiedzę o typach podmiotów prowadzących działalność usługową oraz roli przedsiębiorstw usługowych w gospodarce.	w/ć	K_W10	T1A_W02 T1A_W09
W_02	Ma wiedzę niezbędną do identyfikacji zjawisk występujących w sferze usług w perspektywie zarówno polskiej, jak i europejskiej. Rozumie istotę i znaczenie Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007.	w/ć	K_W11	T1A_W09 T1A_W11 S1A_W11
W_03	Zna specyfikę produkcji usług – istotę produkcji usług, jej czynniki oraz wyniki procesu produkcji usług. Rozumie rolę i znaczenie jednolitego rynku usług Unii Europejskiej	w	K_W10	T1A_W02 T1A_W09
U_01	Potrafi zidentyfikować i określić nowe funkcje usługowe oraz sposoby funkcjonowania przedsiębiorstw usługowych	w/ć	K_U01	T1A_U01
U_02	Wykazuje umiejętność pozyskiwania danych do analizowania i prognozowania procesów zachodzących w rozwoju rynku usług.	w/ć	K_U02	T1A_U01 S1A_U01
U_03	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania usługami do analizowania zjawisk i procesów zachodzących w rozwoju usług.	ć	K_U01	T1A_U01
K_01	Potrafi współdziałać i pracować w grupie oraz skutecznie komunikować się i postępować etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych.	ć	K_K03	T1A_K03 T1A_K04 S1A_K02
K_02	Potrafi myśleć w sposób przedsiębiorczy wykorzystując zdobytą wiedzę o zarządzaniu i ekonomiczną	w/ć	K_K05	T1A_K06 S1A_K07
K_03	Ma świadomość ważności profesjonalnego działania	w/ć	K_K04	T1A_K05 S1A_K04

Treści kształcenia:

1. Treści kształcenia w zakresie wykładu

Nr wykładu	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia dla modułu
1/2	Usługi w ujęciu teoretycznym. Istota usług. Klasyfikacja i typizacja usług. Zmierzch teorii trzech sektorów.	W_01 U_01

3.	Funkcjonowanie rynku usług. Istota i struktura rynku usług. Równowaga rynku usług. Konkurencja na rynku usług.	W_01 U_01 K_02
4.	Usługi w badaniach statystycznych. Polska Klasyfikacja Działalności 2007. Usługi w przekroju województw.	W_01 W_02 U_01 U_02 U_03 K_01
5.	Przedsiębiorstwo usługowe na rynku. Istota funkcjonowania przedsiębiorstwa usługowego. Organizacja działalności przedsiębiorstwa usługowego. Typy podmiotów prowadzących działalność usługową. Rola przedsiębiorstw usługowych we współczesnej gospodarce.	W_01 U_01 U_02 K_02 K_03
6.	Elementy produkcji usług. Pojęcie produkcji usług i ich swoiste cechy. Czynniki procesu produkcji usług. Wyniki procesu produkcji usług.	W_03 U_01 U_02 K_02 K_03
7.	Działalność marketingowa podmiotów działających na rynku usług. Koncepcja marketingu usług. Specyfika marketingu usług. Działalność marketingowa na rynku usług.	W_01 U_01 U_02 K_03
8.	Jednolity rynek usług Unii Europejskiej. Dyrektywa usługowa na rynku wewnętrznym Unii Europejskiej. Sektor usług w Unii Europejskiej.	W_02 W_03 U_01 U_02 U_03

2. Treści kształcenia w zakresie ćwiczeń

Nr zajęć ćwicz.	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia dla modułu
1.	Serwicyzacja gospodarki. Geneza gospodarki opartej na usługach. Produktywność i zatrudnienie w sektorze usług. Innowacyjne znaczenie sektora usług.	W_01 W_02 U_02 U_03 K_01
2.	Usługi we współczesnej gospodarce polskiej – wybrane aspekty.	W_01 W_02 U_02 U_03 K_01
3.	Zarządzanie usługami (np. turystycznymi, bankowymi, edukacyjnymi, pocztowymi, transportowymi, komunalnymi) – studium przypadku	K_01 K_02
4.	Charakterystyka realizowanej usługi.	W_01 K_01
5.	Procedura zakładania przedsiębiorstwa usługowego.	W_01 K_01
6.	Aspekt finansowy realizowanej usługi.	W_01 K_01
7.	Prezentacja projektu; zaliczenie projektu.	K_01 K_02
8.	Kolokwium zaliczeniowe.	

Metody sprawdzania efektów kształcenia

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia (sposób sprawdzenia, w tym dla umiejętności – odwołanie do konkretnych zadań projektowych, laboratoryjnych, itp.)
W_01	Zaliczenie ćwiczeń i wykładu
W_02	Zaliczenie ćwiczeń oraz wykładu
W_03	Zaliczenie ćwiczeń oraz wykładu
U_01	Projekty grupowe, w ramach których studenci opracowują i prezentują wybrane zagadnienia problemowe oraz kolokwium zaliczeniowe
U_02	Projekty grupowe, w ramach których studenci opracowują i prezentują wybrane zagadnienia problemowe oraz kolokwium zaliczeniowe
U_03	Projekty grupowe, w ramach których studenci opracowują i prezentują wybrane zagadnienia problemowe oraz kolokwium zaliczeniowe
K_01	Projekty grupowe, w ramach których studenci opracowują i prezentują wybrane zagadnienia problemowe
K_02	Projekty grupowe, w ramach których studenci opracowują i prezentują wybrane zagadnienia problemowe
K_03	Obserwacja postawy studenta podczas zajęć dydaktycznych, dyskusja podczas realizacji projektu

D. NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS		
	Rodzaj aktywności	obciążenie studenta
1	Udział w wykładach	15 h
2	Udział w ćwiczeniach	15 h
3	Udział w laboratoriach	
4	Udział w konsultacjach (2-3 razy w semestrze)	10 h (4 w, 6 ć.)
5	Udział w zajęciach projektowych	
6	Konsultacje projektowe	
7	Udział w egzaminie	
8		
9	Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	40 h (suma)
10	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego (1 punkt ECTS=25-30 godzin obciążenia studenta)	1,6 ECTS
11	Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	2 h
12	Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń	7 h
13	Samodzielne przygotowanie się do kolokwiów	4 h
14	Samodzielne przygotowanie się do laboratoriów	
15	Wykonanie sprawozdań	
15	Przygotowanie do kolokwium końcowego z laboratorium	

17	Wykonanie projektu lub dokumentacji	
18	Przygotowanie do egzaminu	
19		
20	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	13 h (suma)
21	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy (1 punkt ECTS=25-30 godzin obciążenia studenta)	0,4 ECTS
22	Summaryczne obciążenie pracą studenta	53 h
23	Punkty ECTS za moduł 1 punkt ECTS=25-30 godzin obciążenia studenta	2 ECTS
24	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym Suma godzin związanych z zajęciami praktycznymi	15+6+7=28
25	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym 1 punkt ECTS=25-30 godzin obciążenia studenta	1 ECTS

E. LITERATURA

Wykaz literatury	<ol style="list-style-type: none"> 1. Flejtarski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G., (red. naukowa), <i>Współczesna ekonomika usług</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005. 2. Gilmore A., <i>Usługi. Marketing i zarządzanie</i>, PWE, Warszawa 2006. 3. Mudie P., Cottam A., <i>Usługi. Zarządzanie i marketing</i>, PWN, Warszawa 1998. 4. Payne A., <i>Marketing usług</i>, PWN, Warszawa 1997. 5. Rogoziński K., <i>Usługi rynkowe</i>, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000. 6. Rogoziński K., <i>Nowy marketing usług</i>, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000. 7. Rudawska I. (redakcja naukowa), <i>Usługi w gospodarce rynkowej</i>, PWE, Warszawa 2009. 8. Styś A., <i>Marketing usług</i>, PWE, Warszawa 2003.
Witryna WWW modułu/przedmiotu	