IV. Opis programu studiów

3. KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	**Z-ZIP1-U-607**
Nazwa przedmiotu	**Zarządzanie usługami**
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	**Services Management**
Obowiązuje od roku akademickiego	**2019/2020**

USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	**ZARZĄDZANIE I INŻYNIERIA PRODUKCJI**
Poziom kształcenia	**I stopień**
Profil studiów	**Ogólnoakademicki**
Forma i tryb prowadzenia studiów	**Studia stacjonarne**
Zakres	**Wszystkie zakresy**
Jednostka prowadząca przedmiot	**Katedra Ekonomii i Finansów**
Koordynator przedmiotu	**dr Dorota Miłek**
Zatwierdził	**dr hab. inż. Artur Bartosik, prof. PŚk**

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	**Przedmiot kierunkowy**
Status przedmiotu	**Obowiązkowy**
Język prowadzenia zajęć	**Polski**
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	**Semestr VI**
Wymagania wstępne	**Mikroekonomia, Podstawy zarządzania**
Egzamin (TAK/NIE)	**NIE**
Liczba punktów ECTS	**2**

Forma prowadzenia zajęć	**wykład**	**ćwiczenia**	**laborato-rium**	**projekt**	**Inne**
Liczba godzin w semestrze	**15**	**15**			

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	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.	ZIP1_W13 ZIP1_W17 ZIP1_W18
	W02	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.	ZIP1_W13 ZIP1_W18
	W03	Zna specyfikę produkcji usług – istotę produkcji usług, jej czynniki oraz wyniki procesu produkcji usług. Rozumie rolę i znaczenie jednolitego rynku usług Unii Europejskiej.	ZIP1_W13 ZIP1_W18
Umiejętności	U01	Potrafi zidentyfikować i określić nowe funkcje usługowe oraz sposoby funkcjonowania przedsiębiorstw usługowych.	ZIP1_U01
	U02	Wykazuje umiejętność pozyskiwania danych do analizowania i prognozowania procesów zachodzących w rozwoju rynku usług.	ZIP1_U01
	U03	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania usługami do analizowania zjawisk i procesów zachodzących w rozwoju usług.	ZIP1_U01
Kompetencje społeczne	K01	Potrafi współdziałać i pracować w grupie oraz skutecznie komunikować się i postępować etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych, w celu wspólnego rozwiązywania problemów ekonomicznych dotyczących funkcjonowania rynku usług w gospodarce.	ZIP1_K04
	K02	Potrafi myśleć w sposób przedsiębiorczy wykorzystując zdobytą wiedzę o zarządzaniu i ekonomiczną.	ZIP1_K05
	K03	Rozumie potrzebę stałego podnoszenia wiedzy związanej z funkcjonowaniem rynku usług.	ZIP1_K01

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	1. Usługi w ujęciu teoretycznym.
	2. Funkcjonowanie rynku usług.
	3. Usługi w badaniach statystycznych. Polska Klasyfikacja Działalności 2007.
	4. Przedsiębiorstwo usługowe na rynku.
	5. Elementy produkcji usług.
	6. Działalność marketingowa podmiotów działających na rynku usług.
	7. Jednolity rynek usług Unii Europejskiej.
ćwiczenia	1. Serwicyzacja gospodarki. Geneza gospodarki opartej na usługach. Usługi we współczesnej gospodarce polskiej – wybrane aspekty.
	2. Zarządzanie usługami (np. turystycznymi/hotelarskimi)– studium przypadku.
	2. Zarządzanie usługami (np. telekomunikacyjnymi)– studium przypadku.
	3. Zarządzanie usługami (np. publicznymi)– studium przypadku.
	4. Zarządzanie usługami (np. transportowymi/spedycyjnymi)– studium przypadku.
	5. Zarządzanie usługami (np. bankowymi)– studium przypadku.
	6. Prezentacja pracy zaliczeniowej; zaliczenie ćwiczeń

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W01			X			
W02			X			X
W03			X			
U01						X
U02						X
U03						X
K01						X
K02						X
K03						X

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Uzyskanie minimalnej wymaganej liczby punktów z kolokwium zaliczeniowego.
ćwiczenia	zaliczenie z oceną	Oddanie poprawnie przygotowanej pracy zaliczeniowej w formie pisemnej – pracy w ramach tzw. małych grup wraz z jej prezentacją.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS								
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta					Jednostka
		W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	15	15				h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2	2				h
3.	**Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego**	**34**					h
4.	**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego**	**1,4**					ECTS
5.	**Liczba godzin samodzielnej pracy studenta**	**16**					h
6.	**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy**	**0,6**					ECTS
7.	**Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym**	**25**					h
8.	**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym**	**1,0**					ECTS
9.	**Sumaryczne obciążenie pracą studenta**	**50**					h
10.	**Punkty ECTS za moduł** *1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta*	**2**					ECTS

LITERATURA

1. Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor Jan W. (2012), *Marketing usług*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
2. Flejtarski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G., (red. naukowy). (2005), *Współczesna ekonomika usług*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
3. Gilmore A. (2006), *Usługi. Marketing i zarządzanie*, PWE, Warszawa.
4. Mudie P., Cottam A. (1998), *Usługi. Zarządzanie i marketing*, PWN, Warszawa.
5. Payne A. (1997), *Marketing usług*, PWN, Warszawa.
6. Pluta-Olearnik M. (2013), *Marketing przedsiębiorstw usługowych w procesie internacjonalizacji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
7. Rogoziński K. (2000), *Nowy marketing usług*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
8. Rudawska I. (2009), (redakcja naukowa), *Usługi w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa.
9. Styś A. (2003), *Marketing usług*, PWE, Warszawa.