

WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**KARTA PRZEDMIOTU****Nazwa w języku polskim: Marketing i innowacje****Nazwa w języku angielskim: Marketing and innovations****Kierunek studiów (jeśli dotyczy): Inżynieria Systemów****Specjalność (jeśli dotyczy):****Stopień studiów i forma: I stopień, forma stacjonarna****Rodzaj przedmiotu: obowiązkowy****Kod przedmiotu ZMZ1597****Grupa kursów NIE**

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	30	15			15
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	70	40			40
Forma zaliczenia	Egzamin	Zaliczenie na ocenę			Zaliczenie na ocenę
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	2	2			1
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)		2			1
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	0,85	0,75			0,375

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- znajomość podstaw zarządzania
- znajomość podstaw marketingu

CELE PRZEDMIOTU

Zapewnienie podstawowej wiedzy, uwzględniającej jej aspekty aplikacyjne, odnośnie:

- C1. wiedzy z zakresu działalności marketingowej i innowacyjnej organizacji,
- C2. zewnętrznych i wewnętrznych uwarunkowań mających wpływ na innowacyjność organizacji,
- C3. przebiegu procesu innowacyjnego w przedsiębiorstwie,

Rozwój podstawowych umiejętności, odnośnie:

- C4. nabycia umiejętności analizy i określania uwarunkowań wpływających na innowacyjność organizacji.
- C5. nabycia umiejętności w zakresie pobudzania i rozwoju innowacyjności.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 – ma podstawową wiedzę o istocie innowacji i marketingu w przedsiębiorstwie.
 PEK_W02 – rozumie istotę czynników wewnętrznych i zewnętrznych w rozwoju innowacji
 PEK_W03 – identyfikuje podstawowe etapy procesu innowacyjnego w organizacji
 PEK_W04 – zna sposoby stymulowania innowacyjności w organizacji
 PEK_W05 – ma rozszerzoną wiedzę o nowoczesnych narzędziach marketingu sprzyjających innowacjom

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 – potrafi dokonać analizy organizacji i jej sytuacji rynkowej w zakresie innowacji
 PEK_U02 – potrafi dobrać właściwe metody stymulowania innowacyjności w organizacji

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 – ma świadomość konieczności pozyskiwania informacji i rozwijania wiedzy na temat przedsiębiorstwa i jego otoczenia
 PEK_K02 – ma świadomość, że praca menedżera polega na ciągłym identyfikowaniu, analizie i rozstrzyganiu problemów pojawiających się w organizacji, w celu zapewnienia przedsiębiorstwu przetrwania w niepewnym i dynamicznie zmieniającym się otoczeniu
 PEK_K03 – jest przygotowany do uczestnictwa w procesie stymulowania innowacyjności

TREŚCI PROGRAMOWE		
Forma zajęć – wykład		Liczba godzin
Wy1	Wprowadzenie do problematyki zarządzania innowacjami i marketingu	2
Wy2	Istota innowacji w organizacji	2
Wy3	Znaczenie marketingu dla współczesnej organizacji	2
Wy4	Źródła innowacyjności przedsiębiorstw	2
Wy5	Uwarunkowania innowacyjności organizacji	2
Wy6	Proces zarządzania innowacją w organizacji	2
Wy7	Innowacje i marketingu usług	2
Wy8	Strategie innowacji	2
Wy9	Bariery innowacyjności organizacji	2
Wy10	Dyfuzja i transfer innowacji	2
Wy11	Komercjalizacja innowacji	2
Wy12	Rola marketingu w procesie rozprzestrzeniania się innowacji	2
Wy13	Narzędzia marketingu wspierające działalność innowacyjną organizacji	2
Wy14	Innowacyjność polskiej gospodarki	2
Wy15	Podsumowanie i kolokwium zaliczeniowe	2
Suma godzin		30

Forma zajęć – ćwiczenia		Liczba godzin
C1	Zajęcia organizacyjne – zakres i cel kursu, wprowadzenie do tematyki innowacji	1
C2	Analiza uwarunkowań, wpływających na innowacyjność przedsiębiorstwa, wynikających z makrootoczenia organizacji – wybrane metody	2
C3	Analiza mikrootoczenia przedsiębiorstwa – poszukiwanie uwarunkowań innowacyjności – wybrane metody	2
C4	Analiza potencjału innowacyjnego organizacji – wybrane metody	2
C5	Rola marketingu w innowacjach – Case study	2
C6	Rozwiązywanie problemów dotyczących innowacji i marketingu w przedsiębiorstwie - Case study	2
C7	Rozwiązywanie problemów dotyczących innowacji i marketingu w przedsiębiorstwie - Case study	2
C8	Formy pobudzania kreatywności - ćwiczenia	2
Suma godzin		15

Forma zajęć – seminarium		Liczba godzin
S1	Zajęcia organizacyjne -ustalenie trybu i harmonogramu zajęć, wybór tematów przez studentów	1
S2	Istota, geneza i pojęcie innowacji w organizacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
S3	Istota, geneza i znaczenie marketingu w organizacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
S4	Modele, klasyfikacja i źródła innowacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
S5	Rola nowoczesnych narzędzi marketingowych w organizacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
S6	Bariery w rozwoju innowacyjności organizacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
S7	Metody i narzędzia pobudzania i rozwoju innowacyjności w organizacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
S8	Wdrażanie i dyfuzja innowacji – prezentacje studentów i dyskusja	2
Suma godzin		15

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE
<p>N1. Wykład tradycyjny z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej</p> <p>N2. Pytania zadawane słuchaczom na wykładzie</p> <p>N3. Studia przypadków</p> <p>N4. Dyskusja nad wybranymi problemami</p> <p>N5. Samodzielna analiza i ocena sytuacji rzeczywistej organizacji w zakresie innowacji</p> <p>N6. Praca własna – samodzielne studia: przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych i przygotowanie do egzaminu</p> <p>N7. Prezentacja przygotowana przez studentów</p>

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
F1	PEK_U01-2	Bieżące sprawdzanie realizowanych zadań, ćwiczeń i studiów przypadku
F2	PEK_U01-2, PEK_K01-3	Ocena aktywności na ćwiczeniach
P1	Ocena z ćwiczeń uwzględnia F1(50%), F2 (50%)	
F3	PEK_W01-5	Ocena prezentacji, uczestnictwa w dyskusji
P2	Ocena z seminarium uwzględnia F3	
F4	PEK_W01-5	Egzamin
P3	Ocena z wykładu uwzględnia F4	

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. **Francik Anna**, Sterowanie procesami innowacyjnymi w organizacji, Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków 2003,
2. **Penc Józef**, Innowacje i zmiany w firmie – transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa, zasady działania, warunki sukcesu, Agencja Wydawnicza „Placet”, Warszawa 1999 r.,
3. **Karwowski Maciej**, Klimat dla kreatywności – koncepcje, metody, badania, Difin, Warszawa 2009 r.,
4. **Grudzewski W. M., Hejduk I. K.**, Zarządzanie technologiami – zaawansowane technologie i wyzwanie ich komercjalizacji, Difin, Warszawa 2008 r.,
5. **Pomykański A.**, Zarządzanie innowacjami – globalizacja, konkurencja, technologia informacyjna, Wydawnictwa Naukowe PWN, Warszawa 2001r.,
6. **Dworczycki M.**, Zarządzanie innowacjami, wpływ innowacji na rozwój konkurencyjności przedsiębiorstw, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001 r.

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. **Kotler Philip, Fernando Trias de Bes**, Innowacyjność, przepis na sukces: model “od A do F”, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2013 r.

OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Mieczysław Moszkowicz; mieczyslaw.moszkowicz@pwr.wroc.pl

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU
Marketing i innowacje
Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU – Inżynieria systemów

Przedmiotowy efekt kształcenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Numer narzędzia dydaktycznego
PEK_W01	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C1	Wy1-11, S1-4	N1-4, N6-7
PEK_W02	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C2 – C4	Wy5-6, S4-6, C2-4	N1-7
PEK_W03	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C3	Wy6, S4, S8	N1-4, N6-7
PEK_W04	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C5	Wy12-13, S7, C8	N1-7
PEK_W05	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C1, C4-C5	Wy12-13, C5, S5	N1-7
PEK_U01	K1_INS_U01-2, K1_INS_U04-5, K1_INS_U10, K1_INS_U22	C2 – C4	Wy4-11, C2-5, S4-6	N1-7
PEK_U02	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C4-C5	Wy9-13, C6-8, S5-8	N1-7
PEK_K01	K1_INS_K01	C1-C5	Wy1-14, C1-8, S1-8	N1-7
PEK_K02	K1_INS_K03, K1_INS_K04, K1_INS_K05-7	C1-C5	Wy1-8, C1-7, S1-8	N1-7
PEK_K03	K1_INS_W12, K1_INS_W15, K1_INS_W19,	C4-C5	Wy9-14, C8, S5-7	N1-7