

Opis zajęć (syllabus)

Nazwa zajęć:	Finanse, bankowość, marketing	ECTS	2
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Finance, banking, marketing		
Zajęcia dla kierunku studiów:	Biotechnologia		

Język wykładowy: Polski		Poziom studiów: I	
Forma studiów: <input checked="" type="checkbox"/> stacjonarne <input type="checkbox"/> niestacjonarne	Status zajęć: <input type="checkbox"/> podstawowe <input type="checkbox"/> obowiązkowe <input type="checkbox"/> kierunkowe <input checked="" type="checkbox"/> do wyboru	Numer semestru: 3	<input checked="" type="checkbox"/> semestr zimowy <input type="checkbox"/> semestr letni
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		2022/2023	Numer katalogowy: BBT_BT-1S-3Z-26_1

Koordynator zajęć:	Dr Dagmara Stangierska			
Prowadzący zajęcia:	Dr Dagmara Stangierska			
Założenia, cele i opis zajęć:	<p>Wykłady:</p> <p>Pieniądz, jego funkcje i rodzaje. Zasoby pieniężne w gospodarce i ich rodzaje. System finansowy w gospodarce wolnorynkowej. Funkcje systemu finansowego. System bankowy – funkcje systemu bankowego. Bank i system bankowy. Polityka pieniężna banku centralnego i rynek pieniężny. Operacje bankowe. Rynki finansowe, pieniężne i walutowe. Finanse publiczne. Budżet państwa i jego funkcje. Dochody i wydatki budżetu państwa. Deficyt budżetowy. Finanse osobiste. Zachowania finansowe gospodarstw domowych – oszczędzanie, inwestowanie, kredytowanie. Geneza podejścia marketingowego do rynku. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, jego struktura i elementy, wpływ na podejmowane decyzje marketingowe. Narzędzia marketingu mix. Cena jako narzędzie marketingowe- polityka kształtowania cen i strategie cenowe. Kanały dystrybucji jako narzędzie marketingowe. Funkcje promocji, promocja a cykl życia produktu, formy promocji, determinanty ich wyboru, ich wady i zalety.</p>			
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a) Wykłady; liczba godzin 30			
Metody dydaktyczne:	Wykład, indywidualne prace studenckie (zadania), dyskusje, konsultacje, możliwości wykorzystywania kształcenia na odległość w przypadkach koniecznych			
Wymagania formalne i założenia wstępne:				
Efekty uczenia się:	treść efektu przypisanego do zajęć:		Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza: (absolwent zna i rozumie)	W1	Zna i rozumie podstawowe zjawiska finansowe	K_W15	1
	W2	Posiada wiedzę o istocie i zasadach bankowości w Polsce	K_W15	1
Umiejętności: (absolwent potrafi)	U1	Posiada umiejętności rozumienia przyczyn i analizowania zjawisk ekonomiczno-finansowych	K_U08	3
	U2	Potrafi definiować podstawowe pojęcia z zakresu marketingu	K_U09	3
Kompetencje: (absolwent jest gotów do)	K1	aktywnie uczestniczy w życiu gospodarczym, zna aspekty finansowe i ekonomiczne tej działalności oraz posiada świadomość doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności	K_K01	3
			K_K05	3
			K_K06	3
Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się:	Przekazanie studentom wiadomości o mechanizmach rynku związanych z finansami, bankowością i marketingiem, które umożliwią im zrozumienie zjawisk gospodarczych			
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	Efekt W, U i K zaliczenie pisemne			
Szczegóły dotyczące sposobów weryfikacji i form dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	Zaliczenie pisemne, możliwości wykorzystywania kształcenia na odległość w przypadkach koniecznych			
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	Zaliczenie pisemne-100%			
Miejsce realizacji zajęć:	W sali dydaktycznej			
Literatura podstawowa i uzupełniająca:				
1. Korenik D., Korenik S., 2008. Podstawy finansów, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
2. Podstawka M. (red.) 2017. Finanse – instytucje, instrumenty, podmioty, rynki, regulacje, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				

3.	Bogacka-Kisiel E. (red.) 2012, Finanse osobiste. Zachowania - Produkty – Strategie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
4.	Iwanicz-Drozdowska M., Jaworski W.L., Zawadzka Z., 2006: Bankowość. Zagadnienia podstawowe. Poltex, Warszawa.
5.	Kotler Ph. 2005 Marketing. Wyd. XIX, Rebis, Warszawa
6.	Mruk H. 2012. Marketing- Staysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
UWAGI	

*) 3 – zaawansowany i szczegółowy, 2 – znaczący, 1 – podstawowy.

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	60h
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	1,2

