

Karta opisu zajęć - Sylabus

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

I. INFORMACJE PODSTAWOWE

Nazwa zajęć: F49a Techniki informacyjne w marketingu usług kosmetycznych	Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim: 2023 – 2024
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Kosmetologia, studia pierwszego stopnia, profil praktyczny	
Język wykładowy: Polski	Rodzaj zajęć: zajęcia specjalistyczne
Rok studiów: III	Semestr: 6
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 1	Koordinator zajęć Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail: Katarzyna Kucab-Bąk, dr, katarzyna.kucab-bak@pansjar.edu.pl

Jednostka organizacyjna: **Instytut Ochrony Zdrowia**

FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN

Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:

Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:	15	Wykład:	
Ćwiczenia:		Ćwiczenia:	
Laboratorium:		Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki zawodowe:		Praktyki zawodowe:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	15	RAZEM:	

II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

Wymagania wstępne i dodatkowe:

Zakończony z oceną pozytywną kurs: Technologia informacyjna – pierwszy rok studiów

Cel (cele) kształcenia dla zajęć:

prezentowanie koncepcji marketingu na tle procesów rozwoju nowych technologii, charakterystyka i analiza uwarunkowań technologii informacyjnych i ich wpływu na konkurencyjność przedsiębiorstw oraz prezentacja głównych strategii i działań marketingowych z zastosowaniem nowych technologii.

EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW

Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:		Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)	
Wiedzy - zna i rozumie				
F49a_W01	istotę marketingu i korzyści dla organizacji z wdrażania reguł marketingowej koncepcji zarządzania		K_W21	
F49a_W02	główne elementy otoczenia organizacji i jej potencjału strategicznego oraz wyjaśnia w jaki sposób ich zmiany wpływają na pozycję rynkową organizacji		K_W21	
Umiejętności – potrafi				

Kompetencji społecznych - jest gotów do				

TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć
Wykład				
TP-1	Współczesne rozumienie marketingu. Podstawowe reguły marketingowej koncepcji zarządzania organizacją.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-2	Pojęcie marketingu-mix i jego ewolucja.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-3	Znaczenie nabywcy (klienta) w organizacjach zorientowanych marketingowo.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-4	Otoczenie organizacji. Elementy makrootoczenia i otoczenia bliższego. Analiza otoczenia. Pojęcie szansy i zagrożenia.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-5	Segmentacja rynku. Korzyści z segmentacji dla organizacji i jej klientów.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru

TP-6	Warunki wykształcania się orientacji produkcyjnej, sprzedażowej i marketingowej oraz cechy charakterystyczne organizacji zorientowanej produkcyjnie, dystrybucyjnie, marketingowo.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-7	Wdrożenie podstawowych reguł marketingu do funkcjonowania firmy w oparciu o dostępne zasoby.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-8	Budowa koncepcji marketingowej w oparciu o profil działalności firmy.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-9	Analiza otoczenia i budowa strategii rozwoju w oparciu o szanse i zagrożenia.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-10	Umieszczenie organizacji na rynku przedsiębiorstw i określenie profilu działalności.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-11	Klasyfikacja produktu i umiejętność budowy atrakcyjnej, wyróżniającej się w skali mikro i makroregionalnej oferty przedsiębiorstwa.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru
TP-12	Klasyfikacja klientów i potencjalnych klientów, umiejętność dostosowania oferty do potrzeb rynku.	wykład	wykład podający, wykład konwersatoryjny	zaliczenie pisemne – test jednokrotnego wyboru

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa:

1. Technologie mobilne w marketingu / Andrzej Sznajder. Warszawa: Wolters Kluwer, 2014
2. Marketing nie stoi w miejscu: nowe spojrzenie na zyski, wzrost i odnowę / Philip C. Kotler, Dipak C. Jain, Suvit Maesincee; tł. Katarzyna Chmiel. Warszawa: Agencja Wydawniczo-Poligraficzna Placet, 2002.

Literatura uzupełniająca:

1. Marketing usług: praca zbiorowa / red. Aniela Styś. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003.
2. Marketing usług medycznych / Rafał S. Filip. Lublin: Wydawnictwo Czelej, 2001.

III. INFORMACJE DODATKOWE

BILANS PUNKTÓW ECTS

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)

Forma aktywności	Liczba godzin *
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	15
Praca własna studenta	10

SUMA GODZIN:		25		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)				
		Liczba punktów ECTS		
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 1		0,6
	Praca własna studenta			0,4
* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;				
OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:				
Praca własna studenta				
Lp.	Forma pracy własnej studenta	Czas pracy własnej studenta	Efekty uczenia się	Weryfikacja:
1	Czytanie wskazanej literatury	5	F49a_W01 F49a_W02	zaliczenie pisemne: test jedno/wielo-krotnego wyboru
2	Przygotowanie do zaliczenia	5	F49a_W01 F49a_W02	zaliczenie pisemne: test jedno/wielo-krotnego wyboru
KRYTERIA OCENIANIA				
Ocena kształtująca: zajęcia prowadzone są w formie wykładów – brak oceny kształtującej				
Ocena podsumowująca: Ocena podsumowująca z wykładowej formy realizacji zajęć ocenia opanowanie materiału nauczania oraz pracy własnej studenta p.1 i p.2. 1. Zaliczenie pisemne – test jedno/wielo-krotnego wyboru 2. Uzyskanie z zaliczenia pisemnego oceny pozytywnej – co najmniej dostatecznej (min. 51% punktów poprawnych odpowiedzi) Kształtowanie oceny podsumowującej na podstawie punktacji uzyskanej z egzaminu pisemnego (procentowy udział prawidłowych odpowiedzi): < 51% - niedostateczny (2,0) 51 – 60% - dostateczny (3,0) 61 – 70% - dość dobry (3,5) 71 – 80% - dobry (4,0) 81 – 90% - ponad dobry (4,5) 91 – 100% - bardzo dobry (5,0)				
INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ				
Możliwe jest prowadzenie wykładów z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.				