



Akademia Nauk Stosowanych
im. Hipolita Cegielskiego w Gnieźnie Uczelnia Państwowa

SYLABUS

Pozycja przedmiotu w planie:		A2
1. OGÓLNY OPIS PRZEDMIOTU		
1	Nazwa modułu	ZAKRES KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO
2	Nazwa przedmiotu	Marketing i Zarządzanie/Social Media Marketing
3	Kierunek studiów	Kosmetologia
4	Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
5	Forma studiów	Studia stacjonarne
6	Profil studiów	Praktyczny
7	Rok studiów	Pierwszy
8	Semestr przedmiotu	Pierwszy
9	Jednostka prowadząca kierunek studiów	Instytut Nauk o Zdrowiu
10	Liczba punktów ECTS	2
11	Sposób zaliczenia	Zaliczenie
12	Imię i nazwisko nauczyciela (li) akademickiego (ich), stopień lub tytuł naukowy, adres e-mail	dr n. med. Sylwia Gradowska – Burczyk s.gradowska-burczyk@ans-gniezno.edu.pl
13	Imię i nazwisko koordynatora(ów) przedmiotu, stopień lub tytuł naukowy, adres e-mail	dr n. med. Sylwia Gradowska – Burczyk s.gradowska-burczyk@ans-gniezno.edu.pl
14	Język wykładowy	Polski
15	Tryb prowadzenia zajęć	Mieszany
16	Sposób prowadzenia zajęć	Synchroniczny
17	Narzędzia informatyczne wykorzystywane do prowadzenia zajęć, udostępniania materiałów i komunikacji ze studentami	Platforma Microsoft Teams /Platforma Moodle
15	Przedmioty wprowadzające	
16	Wymagania wstępne	W zakresie wiedzy absolwent zna i rozumie: pojęcia z zakresu planowania działalności gospodarczej i jej prowadzenia, zarządzania i marketingu, wzajemne relacje pomiędzy organizacjami gospodarczymi, zasady ich kształtowania, funkcje rynku oraz mechanizmy wpływu na zachowanie się podmiotów rynkowej wymiany.

17	Cele przedmiotu	
C1	przygotowania teoretyczne i praktyczne studenta do zarządzania w różnych placówkach	
C2	przygotowanie teoretyczne i praktyczne studenta do działań marketingowych	
18	Forma zajęć, liczba godzin wymagająca bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego, liczba godzin nakładu pracy studenta	
	Forma zajęć	Liczba godzin
	1. Wykład	10
	2. Ćwiczenie	25
	3. Praca własna	15
	Suma godzin	50
lp.	Całkowity nakład pracy studenta	
	Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego wynosi:	Godzinowe obciążenie studenta
1.	Wykład	35
	Ćwiczenia	
	Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego wynosi 35 godzin, co odpowiada 1,40 punktom ECTS.	
2	<p>Bilans nakładu pracy studenta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Udział w wykładach 2. Udział w ćwiczeniach 3. Udział w konsultacjach dydaktycznych 4. Udział w zaliczeniu wykładów 5. Udział w zaliczeniu ćwiczeń 6. Samodzielne przygotowanie do zajęć, zaliczenia końcowego z przedmiotu <p>Łączny nakład pracy studenta wynosi 50 godzin, co odpowiada 2 punktom ECTS.</p>	50
3	Łączny nakład pracy studenta (pozycja 2)	50
4	Punkty ECTS za przedmiot	2
5	Liczba punktów ECTS, którą student musi osiągnąć w ramach zajęć o charakterze praktycznym w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych, projektowych	1
Efekty uczenia się - wiedza	<p>W1: podstawowe zagadnienia dotyczące nowoczesnych metod zarządzania przedsiębiorstwem; elementy marketingu mix; nowoczesne metody dotarcia do klienta z ofertą salonu kosmetycznego; miejsce kosmologii wśród nauk farmaceutycznych i medycznych – K.W31.</p> <p>W2: podstawowe zagadnienia dotyczące nowoczesnych metod zarządzania przedsiębiorstwem; elementy marketingu; zasady prawidłowej kompozycji marketingowej; zasady dopuszczania na rynek kosmetyków – K.W32.</p>	
Efekty uczenia się - umiejętności	U1: napisać biznes plan – K.U22	

Efekty uczenia się – kompetencje społeczne	K1: współpracuje z klientem K2: rozwija zasady etyki zawodowej
--	---

2. TREŚCI PROGRAMOWE ODNIESIONE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Forma zajęć	Treści programowe	liczba godzin
Forma:		
W	Rodzaje zarządzania. Strategia w zarządzaniu	10
Ćw	Organizacja marketingu w przedsiębiorstwie-plan marketingowy, cele marketingowe, budżet Marketingowy	10
Ćw	Praca w zespole i zarządzanie ludźmi, rozwój kariery pracowników	10
Ćw	Komunikacja i rozwiązywanie problemów w organizacji	5
Pw	Komunikacja z klientem	15

3. Literatura	
Literatura podstawowa	1. Pawlikowska – Olsza M. Skuteczny menedżer, Edgard, Warszawa 2015 2. Rosa G. Marketing przyszłości. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2016
Literatura uzupełniająca	1. Czasopismo branżowe: LNE

4. Metody dydaktyczne	
Forma	Metody dydaktyczne
Wykład	1. Prezentacja multimedialna 2. Filmy
Ćwiczenia	Prezentacja multimedialna, projekt

5. Metody i kryteria oceniania	
Forma zajęć:	Forma zaliczenia:

Uzyskane punkty są przeliczane na oceny według następującej skali:

Procent punktów	Ocena
91-100%	Bardzo dobry
85-90%	Dobry plus
76-84%	Dobry
66-75%	Dostateczny plus
51-65%	Dostateczny
0-50%	Niedostateczny

Opis: Ocena wykładu:

- Uczestnictwo w wykładzie, zaliczenie pisemne - kolokwium z wiadomości zdobytych podczas wykładu.

Ocena zajęć praktycznych:

- a) wstępnego przygotowania do zajęć
- b) wykonanie projektu, poprawność działania w ramach pracy własnej i zadań grupowych
- c) przedstawienie wniosków z przeprowadzonego projektu

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uczestnictwo w zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych ocen z kolokwium i zajęć.

	Zatwierdzenie karty opisu zajęć	
	Stanowisko Tytuł/stożenie naukowy, imię nazwisko	Podpis
Opracował	mgr Kamila Pryka	
Zatwierdził	Dyrektor Instytutu Dr n. med. Sylwia Gradowska - Burczyk	