

KARTA ZAJĘĆ (SYLABUS)

I. Przedmiot i jego usytuowanie w systemie studiów

1. Jednostka prowadząca kierunek studiów	Instytut Nauk Technicznych
2. Nazwa kierunku studiów	Inżynieria produkcji kosmetyków i suplementów
3. Forma prowadzenia studiów	stacjonarne
4. Profil studiów	praktyczny
5. Poziom kształcenia	studia I stopnia
6. Nazwa zajęć	Promocja i reklama produktu regionalnego
7. Kod zajęć	K 22
8. Poziom/kategoria zajęć	zajęcia: kształcenia kierunkowego (zkk)
9. Status zajęć	Obowiązkowy/ fakultatywny
10. Usytuowanie zajęć w planie studiów	Rok III, semestr V
11. Język wykładowy	polski
12. Liczba punktów ECTS	2
13. Koordynator zajęć	
14. Odpowiedzialny za realizację zajęć	

2 Formy zajęć dydaktycznych i ich wymiar w harmonogramie realizacji programu

Wykład W	Ćwiczenia C	Konwersatorium K	Laboratorium L	Projekt P	Praktyka PZ	Inne
-	30	-	-	-	-	-

3. Cele zajęć

C 1 - Kształtowanie praktycznych umiejętności posługiwania się metodami promocji i reklamy w działalności biznesowej. Wykształcenie umiejętności doboru skutecznych i efektywnych form działań promocyjnych. Zapoznanie z podstawowymi zasadami planowania i realizacji skutecznych programów zintegrowanej komunikacji marketingowej.

4. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

Zaliczenie z przedmiotu *Podstawy zarządzania*

5. Efekty uczenia się dla zajęć, wraz z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

Lp.	Opis efektów uczenia się dla zajęć	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się - identyfikator kierunkowych efektów uczenia się
W_01	Rozpoznaje istotę procesów integracji działań komunikacyjnych i promocyjnych	K_W20
W_02	Identyfikuje wzajemne relacje pomiędzy organizacjami gospodarczymi i społecznymi i oraz reguły ich kształtowania za pomocą instrumentów i działań promocyjno-komunikacyjnych	K_W20
U_01	Analizuje zjawiska i procesy zachodzące w gospodarce i potrafi zidentyfikować wynikające z nich uwarunkowania dla realizacji skutecznych działań promocyjnych.	K_U27
U_02	Analizuje przyczyny i ocenia przebieg zjawisk gospodarczych oraz potrafi dokonać doboru adekwatnych metod i narzędzi promocyjnych	K_U27
K_01	Potrafi pracować w grupie przyjmując w niej różne role	K_K02

6. Treści kształcenia – oddzielnie dla każdej formy zajęć dydaktycznych

Ćwiczenia

Lp.	Tematyka zajęć – szczegółowy opis bloków tematycznych	Liczba godzin
Ć 1	Promocja jako element marketingu	2
Ć 2	Audytoryum działań promocyjnych – struktura otoczenia firmy	2
Ć 3	Rola tożsamości wizualnej i marki w komunikacji z otoczeniem	2
Ć 4	Strategia promocji - zasady i kryteria wyboru	2
Ć 5	Instrumenty i działania promocyjne, klasyfikacja, definicje	2
Ć 6	Promocja a komunikacja marketingowa, proces komunikacji marketingowej	2
Ć 7	Zintegrowana komunikacja marketingowa – zasady i metody	2
Ć 8	Formy komunikacji interpersonalnej w działaniach promocyjnych firmy	2
Ć 9	Promocja osobista, direct marketing, telemarketing	2
Ć 10	Formy komunikacji masowej w działaniach promocyjnych firmy	2
Ć 11	Funkcje, cele, rodzaje i proces tworzenia reklamy	2
Ć 12	Funkcje, cele, rodzaje i zastosowanie metod promocji sprzedaży	2
Ć 13	Nowatorskie formy promocji i reklamy – kierunki rozwoju	2
Ć 14	Promocja i reklama w Internecie	2
Ć 15	Skuteczność i efektywność promocji	2
	Razem	30

7. Metody weryfikacji efektów uczenia się /w odniesieniu do poszczególnych efektów/

Symbol efektu uczenia się	Forma weryfikacji						
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawdzian wejściowy	Sprawozdanie	Inne
W_01			X				
W_02			X				
U_01				X			
U_02				X			
K_01							X

8. Narzędzia dydaktyczne

Symbol	Rodzaj zajęć	Symbol	Rodzaj zajęć
N1	Dyskusja moderowana, praca w zespołach, zajęcia projektowe	N2	Rozwiązywanie zadań, analiza studium przypadku,

9. Ocena osiągniętych efektów uczenia się

9.1. Sposoby oceny

Ocena formująca

F1	Kolokwium pisemne
F2	Ocena kompetencji w trakcie dyskusji
F3	Ocena wykonania zadań projektowych, praca na zajęciach

Ocena podsumowująca

P1	Zaliczenie ćwiczeń na podstawie średniej ważonej (F1+F2+F3)
----	---

9.2. Kryteria oceny

Symbol efektu uczenia się	Na ocenę 3	Na ocenę 3,5	Na ocenę 4	Na ocenę 4,5	Na ocenę 5
W_01; W_02; U_01; U_02	Wiedza i umiejętności przyswojone w stopniu dostatecznym, wykorzystywane w sposób nieregularny, co wymaga aktywnego wsparcia i nadzoru ze strony bardziej doświadczonych	Jak na ocenę 3,0 lecz w pełniejszym zakresie.	Wiedza i umiejętności przyswojone w stopniu dobrym, pozwalające na samodzielne, praktyczne jej wykorzystanie w trakcie realizacji zadań zawodowych	Jak na ocenę 4,0 lecz w pełniejszym zakresie.	Posiada zdolność do twórczego wykorzystania i rozwijania wiedzy, umiejętności i postaw właściwych dla danego zakresu działań, bardzo dobrze realizuje zadania z danego zakresu oraz przekazuje innym

	osób.				własne spostrzeżenia.
K_01	Wykazuje ograniczoną zdolność do pracy w zespole, zadania wykonuje bez zaangażowania.	Wykazuje ograniczoną zdolność do pracy w zespole.	Wykazuje zdolność do pracy w zespole.	Wykazuje zdolność do pracy w zespole, przyjmuje odpowiedzialność za powierzone zadania.	Wykazuje zdolność do pracy w zespole przyjmując rolę lidera.

10. Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Pabian A., Promocja, nowoczesne środki i formy. DIFIN, Warszawa 2008.
2. J.W. Wiktor, Komunikacja Marketingowa, PWN, Warszawa 2013.

Literatura uzupełniająca:

1. W. Budzyński, Reklama techniki skutecznej perswazji, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2009.
2. J. Kall. Reklama, PWE Warszawa 2010.

11. Macierz realizacji zajęć

Symbol efektu uczenia się	Odniesienie efektu do efektów zdefiniowanych dla programu	Cele zajęć	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposoby oceny
W_01	K_W20	C_01	Ć_1-15	N1, N2	F1
W_02	K_W20	C_01	Ć_1-15	N1, N2	F1
U_01	K_U27	C_01	Ć_1-15	N1, N2	F2, F3
U_02	K_U27	C_01	Ć_1-15	N1, N2	F2, F3
K_01	K_K02	C_01	Ć_1-15	N1	F2

12. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Udział w wykładach	-
Udział w ćwiczeniach	30
Udział w konwersatoriach/laboratoriach/projektach	-
Udział w praktyce zawodowej	-
Udział nauczyciela akademickiego w egzaminie	-
Udział w konsultacjach	2
Suma godzin kontaktowych	32
Samodzielne studiowanie treści wykładów	-
Samodzielne przygotowanie do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	-
Przygotowanie do konsultacji	2

Przygotowanie do egzaminu i kolokwium	16
Suma godzin pracy własnej studenta	18
Sumaryczne obciążenie studenta	50
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2
Obciążenie studenta zajęciami kształtujące umiejętności praktyczne	4
Liczba punktów ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	0,2

13. Zatwierdzenie karty przedmiotu do realizacji.

Odpowiedzialny za przedmiot:

Dyrektor Instytutu: