

SYLABUS

Elementy ekonomii i marketingu

Informacje podstawowe

Jednostka organizacyjna: Wydział Profilaktyki i zdrowia	Rok akademicki 2025/2026
Kierunek studiów: Kosmetologia	Rok studiów/ semestr Rok III; sem. 6
Poziom kształcenia: Studia pierwszego stopnia Poziom kwalifikacji PRK: VI	Kod przedmiotu: K -kierunkowy /P -podstawowy / H-humanistyczny/ <u>W- do wyboru</u>
Odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 6 wskazanych w uniwersalnych charakterystykach poziomów PRK: P6U_W; P6U_U; P6U_K	
Forma studiów: Niestacjonarne	Statut przedmiotu: do wyboru
Profil studiów: Praktyczny	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się: zaliczenie na ocenę
Dyscypliny: Nauki o zdrowiu/ Nauki medyczne	Liczba punktów ECTS: 1
Koordynator przedmiotu:	
Prowadzący zajęcia:	
Wymagania wstępne: Przed przystąpieniem do realizacji przedmiotu student powinien posiadać wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu funkcjonowania gabinetu kosmetycznego w oparciu o odbytą praktykę zawodową.	
Założenia i cele dla przedmiotu: Celem dydaktycznym przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu ogólnej charakterystyki podstawowych mechanizmów rynkowych i ich uwarunkowań we współczesnej gospodarce rynkowej, zasad założenia i prowadzenia działalności gospodarczej, podejmowania decyzji ekonomicznych z punktu widzenia prowadzenia działalności gospodarczej.	

Efekty uczenia się dla przedmiotu				
Efekty w zakresie:	Odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 6 charakterystyk drugiego stopnia PRK	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji	
Wiedzy-Student zna i rozumie:				
ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystuje wiedzę z zakresu ekonomii i marketingu w pracy zawodowej kosmetologa.	P6S_WK P6S_WG	K_W54	Aktywność	
Umiejętności- Student potrafi:				
sformułować plan działań odpowiadający potrzebom klienta w prowadzonej działalności gospodarczej świadczącej usługi kosmetyczne; zaprojektować reklamę produktu lub usługi kosmetycznej; wykonać analizę SWOT i biznesplan dla potrzeb działalności gospodarczej.	P6S_UK P6S_UW P6S_UO	K_U66	Trzy prace pisemne: biznesplan; projekt reklamy produktu lub usługi kosmetycznej; analiza SWOT	
Kompetencji społecznych- Student jest gotów do:				
określenia priorytetów ekonomicznych i marketingowych służących realizacji prowadzenia i rozwoju działalności gospodarczej związanej z wykonywanym zawodem.	P6S_KK P6S_KR	K_K08	Obserwacja pracy studenta	
Bilans punktów ECTS				
Szacowany nakład pracy				
Forma	Liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
	Sem 5	Sem 6	Sem 5	Sem 6
Wykład	-	20	-	0,5
Ćwiczenia	-	-	-	-
Seminarium	-	-	-	-
Praca własna studenta	-	5	-	0,5
Łączny nakład pracy studenta	25		1	
Liczba godzin kontaktowych	20			
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	-			
Kryteria oceny				
Kryteria oceny pracy etapowej				
	Ocena niedostateczna (2,0) - student nie osiągnął wymaganych efektów uczenia się; praca nie spełnia minimum wymagań lub nie została przygotowana.			poniżej 60%
	Ocena dostateczna (3,0) - student osiągnął efekty w stopniu dostatecznym; praca spełnia minimalne kryteria.			60,5-68%
	Ocena dość dobra (3,5) - student osiągnął efekty w stopniu dość dobrym; pracę cechują liczne braki wymagające uzupełnienia.			68,5-76%
	Ocena dobra (4,0) - student osiągnął efekty w stopniu dobrym; w pracy występują zauważalne błędy.			76,5-84%
	Ocena ponad dobra (4,5) - student osiągnął efekty w stopniu ponad dobrym; praca powyżej przeciętnej nielicznymi błędami.			84,5-92%
	Ocena bardzo dobra(5,0) - student osiągnął efekty w stopniu bardzo dobrym; praca powyżej przeciętnej.			92,5-100%

Literatura			
Literatura obowiązkowa	Ekonomia w praktyce, praca zbiorowa, 2013; Brain Finch, Jak napisać biznesplan, Lingea, 2021; Ryszard Sitkiewicz, Praktyczne sporządzenie biznesplanu, Difin, 2019; Brain Tracy, Marketing, MT Biznes, 2019; Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym; Tracy B., Marketing, MT Biznes, 2019; Bakalarska J., Content marketing od strategii do efektów, One Press, 2022; Kotler Philip, Kevin Lane Keller, Alexander Cherne, Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, 2025		
Literatura dodatkowa	Prezentacje multimedialne z zakresu ekonomii dostępne na portalu ekonomicznym Narodowego Banku Polskiego (www.nbpportal.pl); M. Kryczka, M. Golat, Zarządzanie relacjami z klientami, Kosmetologia Estetyczna nr 5/2019; A. Sumarowska „Marketing jest prostszy niż myślisz” Kosmetologia Estetyczna 2/2021; A. Sumarowska „Zrozumieć klienta” Kosmetologia Estetyczna 3/2021; B. Adamczyk, Rozwiń mocne strony biznesu, Najwspanialsze-oblicze piękna i zdrowia 4/2019.		
Treści programowe			
L.P.	Treści programowe	Forma prowadzenia zajęć	Liczba godzin
SEMESTR 6			
1	Pojęcie makroekonomii i mikroekonomii, mechanizmy rynkowe w gospodarce rynkowej. Działalność gospodarcza- procedura założenia własnej firmy.	Wykład	2
2	Zarządzanie i analiza finansowa małej firmy. Zasady sporządzania biznesplanu dla małej firmy. Projekt biznesplanu- ćwiczenia.	Wykład	2
3	Historia marketingu, definicje marketingu. Pojęcie marketingu mix 4P, 7P, 4C.	Wykład	2
4	Reklama prasowa, radiowa, telewizyjna, tworzenie ulotki reklamowej Targetowanie, określenie grupy docelowej.	Wykład	2
5	Skuteczne formy promocji, jako element marketingu. Jak zaistnieć na rynku-zasady marketingu dla małej firmy?	Wykład	2
6	Uczciwa reklama, przepisy prawne określające zasady reklamy produktów kosmetycznych. Marketing w mediach społecznościowych. Tworzenie haseł reklamowych, sloganu reklamowego, projektu eventu marketingowego.	Wykład	2
7	Promocja uzupełniająca, jako element marketingu. Buzz marketing. Zasady tworzenia reklamy porównawczej. Zasady marketingu sensorycznego.	Wykład	2
8	Analiza SWOT, jako element planu marketingowego.	Wykład	2
9	Zasady określenia grupy docelowej. Przykłady określenia grupy docelowej dla działalności w zakresie usług kosmetycznych.	Wykład	2
10	Promocja uzupełniająca, tworzenie haseł reklamowych i projektu eventu marketingowego.	Wykład	2