

SYLABUS

Elementy ekonomii i marketingu

Informacje podstawowe

Jednostka organizacyjna: Wydział Profilaktyki i zdrowia	Rok akademicki 2024/2025		
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	60-68%
	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	85,5-92%

Literatura

Literatura obowiązkowa	<p>Ekonomia w praktyce, praca zbiorowa 2013r.</p> <p>Brain Finch Jak napisać biznesplan, Lingea 2021</p> <p>Ryszard Sitkiewicz praktyczne sporządzenie biznesplanu Difin 2019</p> <p>Brain Tracy Marketing MT Biznes 2019</p> <p>Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym</p> <p>Tracy B. „Marketing” Wyd. MT Biznes 2019</p> <p>Bakalarska J. „Content marketing od strategii do efektów” Wyd. One Press 2022</p>
-------------------------------	--

Literatura dodatkowa	<p>Prezentacje multimedialne z zakresu ekonomii dostępne na portalu ekonomicznym Narodowego Banku Polskiego (www.nbpportal.pl).</p> <p>M. Kryczka, M. Golat „Zarządzanie relacjami z klientami” –Kosmetologia Estetyczna nr 5/2019</p> <p>A. Majewska „Jak mój salon zdobył lojalnych klientów” Happy Spa -Postępy Kosmetologii nr 4/2010</p> <p>A. Sumarowska „Marketing jest prostszy niż myślisz” Kosmetologia Estetyczna 2/2021</p> <p>A. Sumarowska „Zrozumieć klienta” Kosmetologia Estetyczna 3/2021</p> <p>B. Adamczyk „Rozwiń mocne strony biznesu „ Najwspanialsze -oblicze piękna i zdrowia 4/2019</p>
-----------------------------	---

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	4
2	Zarządzanie i analiza finansowa małej firmy . Zasady sporządzania biznesplanu dla małej firmy. Projekt biznesplanu-ćwiczenia	Wykład	4
3	Historia marketingu , definicje marketingu. Pojęcie marketingu mix	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