

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016

Wydział Rehabilitacji Ruchowej

Kierunek studiów: Kosmetologia studia licencjackie I stopnia

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 71

Stopień studiów: I

Specjalności: Wellness & SPA z zarządzaniem

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Budowanie misji, oferty i marki SPA
KOD PRZEDMIOTU	RR71 PSD1
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Specjalność: Wellness & SPA z zarządzaniem
LICZBA PUNKTÓW ECTS	3.00
JĘZYK WYKŁADOWY	polski
SEMESTRY	5

2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM	ZAJĘCIA LABORATORYJNE	ZAJĘCIA KLINICZNE
5	28	14	0	0	0



3 CELE PRZEDMIOTU

Cell Zapoznanie z procesem tworzenia strategii marketingowej, od analizy rynku po tworzenie komunikatów reklamowych. Poznanie technik analizy rynku i konkurencji, zapoznanie z koncepcją Modelu Marki, jej znaczeniem w budowaniu wyróżniającego się na rynku brandu. Poznanie zasad tworzenia skutecznych komunikatów reklamowych.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE

- 1 Wiedza podstawowa z zakresu zarządzania i marketingu.

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

- EK1 Wiedza: Zna prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w ramach studiowanego kierunku studiów.K_W08.
- EK2 Wiedza: Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości w kontekście prowadzenia działalności w kosmetologii.K_W16
- EK3 Wiedza: Potrafi korzystać z technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych, potrafi korzystać z różnych programów stosowanych w kosmetologii.K_U05.
- EK4 Kompetencje społeczne: Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania.K_K04.
- EK5 Kompetencje społeczne: Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.K_K07.

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Budowanie marki: - Pojęcie marki - Cechy prawdziwej marki - Proces budowania marki - Kreowanie marki	4
W2	Analiza strategiczna marki: - Analiza rynku i klientów - Segmentacja klientów - Wykorzystywanie badań rynkowych - Pozycjonowanie marki	4
W3	Tożsamość marki Wartości marki Osobowość marki Wizja i strategia marki	4
W4	Promocja marki: - Narzędzia promocji marki - Trendy w zakresie promocji i komunikacji	4
W5	Public Relations Internet a promocja marki	4
W6	Ambient marketing Marketing relacyjny	4
W7	Planowanie i realizacja działań promocyjnych	4
	RAZEM	28

ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
Ć1	Rynek: - Analiza rynku - Trendy rozwojowe - Przykładowe narzędzia do w/w analiz	2
Ć2	Analiza konkurentów: - Określenie konkurentów - Cechy sektora	2
Ć3	Grupa docelowa: - Cel segmentacji - Rodzaje segmentacji klientów - Grupa docelowa	2
Ć4	Model marki: - Misja - Wartości - Benefity - Unikatowa propozycja marki - Insight	4
Ć5	Komunikacja reklamowa: - Cele biznesowe a cele reklamowe	2



ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
Ć6	Mediamix i mediaplan	2
	RAZEM	14

7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Burza mózgów
- M2 Praca w grupach
- M3 Studium przypadku
- M4 Ćwiczenia projektowe

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	42
Konsultacje przedmiotowe	0
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
Inne	
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	3
Opracowanie wyników	13
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	17
Inne	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3

9 METODY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1	Ćwiczenie praktyczne
F2	Projekt zespołowy

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1	Egzamin pisemny
----	-----------------

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

1	90% - Egzamin pisemny
2	35% - Ćwiczenia praktyczne
3	65% - Projekt zespołowy

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3	Otrzymuje student, który odpowie prawidłowo na minimum 60% pytań testowych na egzaminie.
NA OCENĘ 4	Otrzymuje student, który odpowie prawidłowo na pytania testowe na egzaminie w przedziale 61-79%.
NA OCENĘ 5	Otrzymuje student, który odpowie prawidłowo na co najmniej 80% pytań testowych na egzaminie.
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3	Otrzymuje student, który uzyska w sumie minimum 60% z ćwiczeń na zajęciach i projektu zespołowego.
NA OCENĘ 4	Otrzymuje student, który uzyska w sumie z ćwiczeń na zajęciach i projektu zespołowego punkty w przedziale 61-79%.
NA OCENĘ 5	Otrzymuje student, który uzyska w sumie minimum 80% z ćwiczeń na zajęciach i projektu zespołowego.
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3	Otrzymuje student, którego wiedza obejmuje podstawowe wiadomości i umiejętności nabyte podczas zajęć praktycznych. Przy pomocy prowadzącego podejmuje próby wykonania zadań i jest w stanie zrozumieć najważniejsze zagadnienia.
NA OCENĘ 4	Otrzymuje student, który w zakresie wiedzy ma niewielkie braki. Inspirowany przez nauczyciela potrafi samodzielnie wykonać postawione przed nim zadania.
NA OCENĘ 5	Otrzymuje student, który w stopniu wyczerpującym opanował materiał z wykładów i ćwiczeń. W swojej wypowiedzi wykorzystuje różne źródła informacji oraz wiedzę z różnych dziedzin nauki.
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 3	Sporadycznie przejawia aktywność na zajęciach. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.
NA OCENĘ 4	Wykazuje dużą aktywność na zajęciach. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie. Jest świadomy własnych ograniczeń i wie, kiedy zwrócić się do ekspertów.
NA OCENĘ 5	Chętnie podejmuje się prac dodatkowych związanych z przedmiotem. Samodzielnie i twórczo rozwija własne uzdolnienia i zainteresowania. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie. Jest świadomy własnych ograniczeń i wie, kiedy zwrócić się do ekspertów.
EFEKT KSZTAŁCENIA 5	
NA OCENĘ 3	Sporadycznie przejawia aktywność na zajęciach. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.
NA OCENĘ 4	Wykazuje dużą aktywność na zajęciach. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie. Jest świadomy własnych ograniczeń i wie, kiedy zwrócić się do ekspertów.
NA OCENĘ 5	Chętnie podejmuje się prac dodatkowych związanych z przedmiotem. Samodzielnie i twórczo rozwija własne uzdolnienia i zainteresowania. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie. Jest świadomy własnych ograniczeń i wie, kiedy zwrócić się do ekspertów.

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU



EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K_W08, K_W15	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5 Ć6		F2 F1 P1
EK2	K_W16	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5 Ć6		F2 F1 P1
EK3	K_U05	Cel1	Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5 Ć6		F2 F1
EK4	K_K04, K_K05	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5 Ć6		F2 F1 P1
EK5	K_K07	Cel1	Ć1 Ć2 Ć3 Ć4 Ć5 Ć6		F2 F1

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- 1 Kall Jacek, Kłeczek Ryszard, Sagan Adam — *Zarządzanie marką*, Warszawa, 2013, Wolters Kluwer

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- 1 Keller Lane Kevin — *Strategiczne zarządzanie marką*, Warszawa, 2011, Wolters Kluwer
- 2 Gerry Bodeker, Marc Cohen — *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*, Wielka Brytania, 2008, Butterworth-Heinemann

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

Mgr Jagoda Bugaj (kontakt: jagoda.bugaj@gmail.com)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

Mgr Jagoda Bugaj (kontakt: jagoda.bugaj@gmail.com)

Mgr Jagoda Bugaj (kontakt: jagoda.bugaj@gmail.com)

Mgr Jagoda Bugaj (kontakt: jagoda.bugaj@gmail.com)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data) (odpowiedzialny za przedmiot) (kierownik) (dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....
.....
.....