

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2016/2017

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	1.00
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	Pojęcie marketingu, czym jest marketing , co jest podmiotem, co jest przedmiotem. Podstawowe pojęcia	4
W2	Budowanie strategii i planów marketingowych Określania misji przedsiębiorstwa	2
W3	Rozpoznanie segmentów rynku i rynków docelowych , kryteria segmentów, procedura segmentacji, ocena i wybór segmentu	2
W4	Budowanie silnej marki, co to marka, funkcje marki, budowanie świadomości marki Modele kapitału marki	2
W5	Strategie konkurencyjne	2
W6	Kształtowanie oferty rynkowej Ustalenie strategii produkty Różnicowanie towarów i usług. Marketing marek luksusowych W&S Opakowanie, etykiety, rękojmię i gwarancje	4
W7	Projektowanie usług. Istota usługi Klasyfikacja usług Zarządzanie jakością usługi	4
W8	Tworzenie strategii i programów cenowych Co to polityka cenowa Jak ustalamy ceny Podwyżki cenowe Dostosowanie ceny	4
W9	Funkcje komunikacji marketingowej Modele procesu komunikacji Budowanie skutecznej komunikacji	2
W10	Zarządzanie komunikacją masową Reklama, promocja, sprzedaż, wydarzenia i doświadczenia PR Tworzenie programu reklamowego Ustalenie budżetu	2
	RAZEM	28



ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
Ć1	Określenie misji przedsiębiorstwa W&S Analiza SWOT Określenie celu Budowa- nie strategii	2
Ć2	Określenie segmentu klientów W&S	2
Ć3	Próba stworzenia marki SPA	2
Ć4	Strategia marketingowa dla cyklu życia produktu sektora w&S	2
Ć5	Stworzenie oferty marki SPA	2
Ć6	Ustalanie cen usług kosmetycznych.	2
Ć7	Komunikacja reklamowa: - Cele biznesowe a cele reklamowe	2
	RAZEM	14

7 METODY DYDAKTYCZNE

- 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	14
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	6
Opracowanie wyników	5
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	0
Inne	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CA- ŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	25
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1

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 Ć4 Ć5 W8 Ć2	M2 M3 M4	F2 F1
EK2	K_W16	Cel1	W5 Ć4 W6 W7 W10 Ć2 Ć6	M2 M3 M4	F2 F1
EK3	K_U05	Cel1	W4 Ć4 Ć5 W9 Ć6	M2 M3 M4	F2 F1
EK4	K_K04, K_K05	Cel1	Ć4 Ć7 Ć5 Ć1 Ć2 Ć3 Ć6	M2 M3 M4	F2 F1
EK5	K_K07	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 Ć4 Ć7 Ć5 W6 W7 W8 W9 W10 Ć1 Ć2 Ć3 Ć6	M2 M3 M4	F2 F1

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- 1 Philip Kotler — *Marketing Management*, Warszawa, 2016, Rebis
- 2 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 Paulina Mazur-Kurach (kontakt: paulina.mazurkurach@gmail.com)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

mgr Paulina Mazur-Kurach (kontakt: paulina.mazurkurach@gmail.com)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(kierownik)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....