

Nazwa kierunku studiów	Biokosmetologia
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	Rynek i marketing kosmetyków Cosmetics market and marketing
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu	fakultatywny
Poziom studiów	pierwszego stopnia
Forma studiów	niestacjonarne
Rok studiów dla kierunku	IV
Semestr dla kierunku	7
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	2 (1,00/1,00)
Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	prof. dr hab. Sławomir Kocira
Jednostka oferująca moduł	Katedra Eksploatacji Maszyn i Zarządzania Procesami Produkcyjnymi
Cel modułu	Zapoznanie z rynkiem produktów kosmetycznych. Poznanie roli marketingu w sprzedaży kosmetyków. Przedstawienie roli strategii marketingowej w zdobywaniu rynku
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak wymagań wstępnych
Treści programowe modułu	Rynek kosmetyków w Polsce i na świecie. Istota i rozwój marketingu. Zachowania nabywców w procesie zakupu. Podstawowe instrumenty oddziaływania marketingowego. Polityka produktu. Polityka cenowa. Polityka dystrybucji. Polityka promocji. Zarządzanie i planowanie marketingowe w organizacji. Planowanie strategii marketingowej.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	Literatura podstawowa: 1. Philip Kotler, Kevin Lane Kelle. Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań, 2012. 2. Podstawy marketingu, pod red. A Czubała PWE, Warszawa 2012. 3. Barbara Cendrowska, Aneta Sokół, Pola Żylińska. E-marketing dla małych i średnich przedsiębiorstw. CeDeWu, 2018. 4. Jarek Szczepański. Złota strategia marki : droga do przewagi rynkowej, wyższych zysków Wydawnictwo Helion, 2018. 5. Teresa Taranko Komunikacja marketingowa : istota, uwarunkowania, efekty Wydawnictwo Nieoczywiste, 2018. 6. Agnieszka Izabela Baruk, Sebastian Białoskurski, Anna Goliszek, Anna Iwanicka, Agnieszka Komor, Grzegorz Wesołowski. Nowoczesne rozwiązania marketingowe na rynku produktów konsumpcyjnych Wydawnictwo Uniwersytetu

	<p>Przyrodniczego, 2017.</p> <p>Literatura uzupełniająca</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. https://www.kosmetyczni.pl - raporty 2. Marketing. Koncepcja skutecznych działań, pod red. L. Garbarskiego, PWE, Warszawa 2011. 3. Marketing. Kluczowe pojęcia i praktyczne zastosowania, pod red. L. Garbarskiego, PWE, Warszawa 2011. 4. Wood M. Burk , Plan Marketingowy, PWE, Warszawa 2007. 5. Marketing : materiały do ćwiczeń, pod red. G. Rosa C. H. Beck, Warszawa 2011.
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	wykład, dyskusja, wykonanie projektu, rozwiązywanie zadań problemowych