

Karta opisu zajęć (sylabus)

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
Efekty uczenia się dla modułu to opis zasobu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które student osiągnie po zrealizowaniu zajęć.	Wiedza:
	1. zna zasady zarządzania rynkiem kosmetyków
	Umiejętności:
	1. potrafi wyszukiwać, analizować i wykorzystywać informacje pochodzące z różnych źródeł w celu przygotowania strategii sprzedaży kosmetyków 2. potrafi wykonać analizę marketingową wybranego produktu kosmetycznego
	Kompetencje społeczne:
	1. ma świadomość potrzeby działania w sposób przedsiębiorczy
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 Keller. Marketing, Dom

	<p>Wydawniczy Rebis, Poznań, 2012.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 Przyrodniczego, 2017. <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
Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się	<p><u>Sposoby weryfikacji osiągniętych efektów uczenia się:</u> W1 – ocena z końcowego sprawdzianu i ocena projektu U1 – ocena projektu, U2 – ocena projektu, K1 –ocena pracy zespołowej w trakcie ćwiczeń (dziennik prowadzącego)</p> <p><u>Formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się:</u> archiwizacja końcowych sprawdzianów, projektów, dziennik prowadzącego.</p>

Bilans punktów ECTS	KONTAKTOWE		
	Forma zajęć	Liczba godz.	Punkty ECTS
	Wykład	10 godz.	0,40 pkt. ECTS
	Ćwiczenia	10 godz.	0,40 pkt. ECTS
	Konsultacje	4 godz.	0,16 pkt. ECTS
	Sprawdzian	1 godz.	0,04 pkt. ECTS
	Razem kontaktowe 25 godz.		1,00 pkt. ECTS
	NIEKONTAKTOWE		
	Przygotowanie prezentacji	10 godz.	0,40 pkt. ECTS
	Studiowanie literatury	8 godz.	0,32 pkt. ECTS
Przygotowanie do sprawdzianu	7 godz.	0,28 pkt. ECTS	
Razem niekontaktowe 25 godz.		1,00 pkt. ECTS	
Łączny nakład pracy studenta to 50 godz. co odpowiada 2 pkt. ECTS			
Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	Udział w wykładach – 10 godz. Udział w ćwiczeniach – 10 godz. Udział w konsultacjach – 4 godz. Udział w sprawdzianie – 1 godz. Łącznie 25 godz. co odpowiada 1,00 pkt. ECTS		
Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się	Kod efektu modułowego – kod efektu kierunkowego W1 – BK_W12 W2 – BK_W03, BK-W11 U1 – BK_U07 U2 – BK_U02 U3 – BK_U10 K1 – BK_K01, BK_02		