

**Karta opisu zajęć (sylabus)**

Nazwa kierunku studiów	Biokosmetologia
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	Zawodowy wizerunek producenta kosmetyków Professional image of a cosmetics producer
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu	fakultatywny
Poziom studiów	pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	IV
Semestr dla kierunku	7
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	2 (1,36/0,64)
Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	Dr inż. Małgorzata Góral-Kowalczyk
Jednostka oferująca moduł	Katedra Maszyn Rolniczych, Leśnych i Transportowych
Cel modułu	Celem modułu jest zapoznanie studentów z wybranymi zagadnieniami związanymi z wizerunkiem i komunikacją producentów kosmetyków. Przekazana zostanie wiedza i umiejętności z zakresu komunikacji interpersonalnej, zarządzania przestrzenią, publicznych wystąpień i prezentacji, negocjacji oraz informatycznych i cyfrowych narzędzi komunikacji. Ponadto przedstawiony zostanie proces budowy wizerunku wybranej marki kosmetyków.
Efekty uczenia się dla modułu to opis zasobu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które student osiągnie po zrealizowaniu zajęć.	Wiedza:
	1.Zna podstawowe zasady komunikacji masowej, grupowej i indywidualnej.
	2.Posiada wiedzę z zakresu wizerunku marki, zna pojęcie i wymienia elementy składowe wizerunku.
	Umiejętności:
	1.Umie przygotować ofertę i zaprezentować własny produkt przed publicznością.
	2.Potrafi zbudować wizerunek marki w oparciu o udostępnione materiały.
Kompetencje społeczne:	1. Gotowość do poszerzania wiedzy i podnoszenia swoich kwalifikacji z zakresu wizerunku i komunikacji w marketingu.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak

Treści programowe modułu	Program obejmuje: Zasady komunikacji masowej (reklama jako narzędzie komunikacji masowej, serwisy Word Wide Web, promocja <i>blow the line</i> , informatyczne i cyfrowe narzędzia komunikacji, relacja z mediami, wizualizacja, sponsoring), komunikację grupową (wystąpienia publiczne i prezentacje, wydarzenia marketingowe, komunikowanie się w grupie, zarządzanie przestrzenią, negocjacje, wizerunek osobisty, narzędzia do komunikacji grupowej) i komunikację indywidualną (komunikacja werbalna i niewerbalna, błędy i trudności w komunikacji) oraz definicję i wyróżniki marki, funkcje marki dla nabywców i przedsiębiorstw, wartość marki, pojęcie i elementy składowe wizerunku, proces budowy wizerunku.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	<p><b>Literatura podstawowa:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mruk H. [red.]. 2004. Komunikowanie się w marketingu. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa.</li> <li>2. Kowalska K., Szymoniuk B., Łakoma A. 2011. Wizerunek biznesowy. Wydaw. Politechniki Lubelskiej, Lublin.</li> </ol> <p><b>Literatura uzupełniająca:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pieczykolan R. 2005. Informacja marketingowa. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa.</li> <li>2. Łaguna M., Markowicz B. 2003. Negocjacje i komunikacja w biznesie. Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.</li> </ol>
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Metody dydaktyczne: Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, krótkie filmy edukacyjne, praca z materiałami dydaktycznymi, wykonanie projektu produktu i jego publiczna prezentacja.
Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się	<p>W1 – ocena z pisemnego zaliczenia końcowego  W2 – ocena z pisemnego zaliczenia końcowego, ocena aktywności  U1 – ocena wykonanego projektu i jego prezentacji  U2 – ocena kart pracy  K1 – aktywność i odpowiedzi ustne na zajęciach</p> <p>Formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się:  archiwizacja pisemnych zaliczeń końcowych, kart projektu, prezentacji, list obecności z zaznaczoną aktywnością.</p>

Bilans punktów ECTS	<b>KONTAKTOWE</b>		
	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godz.</b>	<b>Punkty ECTS</b>
	Wykład	15 godz.	0,60 pkt. ECTS
	Ćwiczenia	15 godz.	0,60 pkt. ECTS
	Konsultacje	3 godz.	0,12 pkt. ECTS
	Sprawdzian końcowy	1 godz.	0,04 pkt. ECTS
	<b>Razem kontaktowe</b>	<b>34 godz.</b>	<b>1,36 pkt. ECTS</b>
	<b>NIEKONTAKTOWE</b>		
	Przygotowanie prezentacji	5 godz.	0,20 pkt. ECTS
	Studiowanie literatury	3 godz.	0,12 pkt. ECTS
Przygotowanie - do sprawdzianu końcowego	5 godz.	0,20 pkt. ECTS	
Wykonanie projektu	3 godz.	0,12 pkt. ECTS	
<b>Razem niekontaktowe</b>	<b>16 godz.</b>	<b>0,64 pkt. ECTS</b>	
	<b>Łączny nakład pracy studenta to 50 godz. co odpowiada 2 pkt. ECTS</b>		
Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	Udział w wykładach – 15 godz. Udział w ćwiczeniach – 15 godz. Udział w konsultacjach – 3 godz. Udział w sprawdzianie końcowym – 1 godz. Łącznie 34 godz., co odpowiada 1,36 pkt. ECTS		
Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się	W1 - BK_W07 W2 - BK_W08 U1 - BK_U05, BK_U10, BK_U11 U2 - BK_U06 K1 - BK_K01, BK_K03		