

SYLABUS

Kod przedmiotu	04.5_Z1PS_Cbumm0319	Nazwa przedmiotu	Budowanie marki menedżera							
Nazwa przedmiotu w języku angielskim			Brand building manager							
Wydział			Ekonomii i Zarządzania							
Kierunek			Zarządzanie i coaching							
Forma studiów			Stacjonarne							
Poziom uczenia się			I stopnia							
Profil kształcenia			Praktyczny							
Przynależność do grupy przedmiotów			Do wyboru							
Przedmioty do wyboru w zakresie:			Coaching menedżerski							
Osoba odpowiedzialna za przedmiot										
Osoby prowadzące zajęcia										
Forma prowadzenia zajęć		W	Zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (ZKUP)							
			Ć	K	L	ZP	Wa	Pr	Inne- jakie:	
Liczba godzin zajęć w sem.				30						
Legenda: W – wykład, Ć – ćwiczenia, K- konwersatorium, L – laboratorium, ZP – zajęcia praktyczne, Wa – warsztaty, Pr – praktyka										
Semestr(y) zajęć dla kierunku kształcenia		VI			Liczba punktów ECTS za moduł			3		
Status przedmiotu		Obowiązkowy w ramach specjalności			Język wykładowy			polski		
Wymagania wstępne		Student zapoznał się z teorią skutecznej autoprezentacji i ze strategią wystąpień publicznych								
Cele uczenia się										
Przekazanie wiedzy na temat marki i tożsamości marki										
Zapoznanie z ogólną wiedzą na temat budowania marki oraz z procesem zarządzania marką										
Opis efektów uczenia się dla przedmiotu										
Efekt uczenia się	Student, który zaliczył moduł (przedmiot) wie/umie/potrafi:						Symbole kierunkowych efektów uczenia się	SYMBOL (odniesienie kierunkowych efektów uczenia się do charakterystyk drugiego stopnia dla: poziomu 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji)*		
WIEDZA										
W1	Posiada ogólną ale uporządkowaną wiedzę na temat marki						SPCM_W01	P6S_WG		
W2	Posiada podstawowa wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej określone decyzje oraz działania, rozumie istotę tych decyzji związanych z kreowaniem marką						SPCM_W05	P6S_WG		
W3	Zna podstawową terminologię z zakresu wprowadzania, rozpowszechniania i zarządzana marką						SPCM_W09	P6S_WG		
UMIEJĘTNOŚCI										
U1	Analizuje rozwój własnych kompetencji interpersonalnych w zakresie zachowań asertywnych oraz perswazyjnych i wykorzystuje je do budowania własnej marki						SPCM_U07	P6S_UW P6S_UO		
U2	Prawidłowo posługuje się przepisami i standardami w zarządzaniu marką						SPCM_U04	P6S_UW		

									P6S_UO
KOMPETENCJE									
K1	W sposób właściwy komunikuje się z otoczeniem, potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania						SPCM_K03	P6S_KK P6S_KO	
K2	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy jako potencjalny przedsiębiorca w relacjach z otoczeniem						SPCM_K07	P6S_KK P6S_KR	
Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do form zajęć									
Efekt uczenia się	Forma zajęć dydaktycznych								
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Częstkowa praca pisemna	Praca pisemna końcowa (np. eseje)	Kolokwium	Prezentacja	Sprawozdanie	Aktywność na zajęciach	inne ...
WIEDZA									
W1						X			
W2						X			
W3						X			
UMIEJĘTNOŚCI									
U1								X	
U2								X	
KOMPETENCJE									
K1								X	
K2								X	
<p>Kryteria oceniania kompetencji studenta</p> <p>Poniżej w formie syntetycznej przedstawiono wymagania minimalne dla trzech grup efektów kształcenia, jakie Student musi uzyskać, aby zaliczyć dany przedmiot. Aby Student zaliczył dany moduł wszystkie efekty kształcenia opisane w sylabusie muszą być pozytywnie zweryfikowane przez osobę(y) prowadzącą(e) zajęcia w ramach danego przedmiotu</p> <p>W - WIEDZA</p> <p>Ocena:</p> <p>Dostateczny – Student zapamiętuje i odtwarza wiedzę przewidzianą do opanowania w ramach przedmiotu</p> <p>Dobry – Student dodatkowo interpretuje zjawiska/problemy i potrafi rozwiązać typowy problem</p> <p>Bardzo dobry –Student potrafi rozwiązywać nawet złożone problemy z danej dziedziny, potrafi dokonać syntezy, przeprowadzić wszechstronną ocenę, stworzyć dzieło oryginalne, inspirujące innych.</p> <p>U - UMIEJĘTNOŚCI</p> <p>Ocena:</p> <p>Dostateczny – Student orientuje się w charakterze czynności, potrafi pod kierunkiem nauczyciela akademickiego wykonać czynności/rozwiązać problemy dotyczące treści przedmiotu</p> <p>Dobry – Student potrafi samodzielnie wykonać czynności/zadania/rozwiązać typowe problemy dotyczące treści przedmiotu</p> <p>Bardzo dobry – Student posiada w pełni opanowaną umiejętność/zdolność wykonania przewidzianych w treściach przedmiotu czynności/zadań/problemów także w bardziej złożonych przypadkach.</p> <p>K - KOMPETENCJE SPOŁECZNE</p> <p>Ocena:</p> <p>Dostateczny – Student biernie przyswaja treści przedmiotu z wykazaniem zdolności do koncentracji uwagi i słuchania</p> <p>Dobry – Student aktywnie uczestniczy w zajęciach, dokonuje ocen wartościujących według kryteriów przyjętych w danej dziedzinie, potrafi aktywnie współdziałać w obrębie grupy</p> <p>Bardzo dobry – Student dokonuje integracji postawy zgodnie z sugerowanym wzorcem, rozwija własny system wartości zawodowych i społecznych, potrafi przyjąć odpowiedzialność za działanie grupy, obejmując w niej przewodnictwo.</p>									
Treść przedmiotu uczenia się (program wykładów i pozostałych zajęć)								Odniesienie do efektów uczenia się	
1.Istota i znaczenie marki 2. Czynniki wpływające na wartość i siłę marki 3. Strategia marki 4.Tożsamość a wizerunek marki 5. Rodzaje wizerunku 6. Osobowość marki 7.Ogólny model tworzenia marki 8. Kształtowanie marki 9. Kreowanie marki w różnych branżach- stadium przypadku.								W1 W3, W1 W1 W1 K2 W2,W1 W2 U1 W1 K1,U2	

Zalecana literatura i pomoce naukowe		
Literatura podstawowa		
Altkorn J., Strategie marki, PWE, Warszawa 2001.		
Bueno, B.J., Ragas M., Potęga kultowej marki. W jaki sposób dziewięć wyjątkowych marek zmieniło swoich klientów w wiernych fanów, One Press, Gliwice 2007.		
Chernatony de L., Marka. Wizja i tworzenie marki, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003.		
Dębski, M., Kreowanie silnej marki. PWE. Warszawa 2008.		
Edwards H., Day D., Kreowanie marek z pasją, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.		
Harvard Business Review. Zarządzanie marką, One Press, Gliwice 2005.		
Heley M., Czym jest branding, ABC Dom Wydawniczy, Warszawa 2009.		
Kall J., Silna marka. Istota i kreowanie, PWE, Warszawa 2001.		
Kall J., Jak zbudować silną markę od podstaw, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006.		
Bilans punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obciążenie studenta [h]
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego		
1.1	Udział w wykładach	
1.2	Udział w konwersatoriach	30
1.3	Udział w ćwiczeniach	
1.4	Udział w zajęciach laboratoryjnych	
1.5	Udział w konsultacjach	2
1.6	Udział w egzaminie/kolokwium zaliczeniowym przedmiotu	1
1.7	Inne – jakie?	
1.8	Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego (suma pozycji 1.1 – 1.7)	33
1.9	Liczba punktów ECTS, uzyskiwanych przez studenta podczas zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego) (1 pkt ECTS = 25 godzin obciążenia studenta, zaokrąglić do 0,1 pkt ECTS)	1,3
Samodzielna praca studenta		
2.1	Przygotowanie do wykładów, ćwiczeń, kolokwium, sprawozdań, raportów, prac semestralnych, itp.	20
2.2	Realizacja samodzielnie wykonywanych zadań zleczanych przez prowadzącego	
2.3	Przygotowanie do kolokwium końcowego z ćwiczeń/laboratorium	22
2.4	Przygotowanie do egzaminu/kolokwium końcowego z wykładów	
2.5	Inne – jakie?	
2.6	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta (suma 2.1 – 2.5)	42
2.7	Liczba punktów ECTS, uzyskiwanych przez studenta w ramach samodzielnej pracy (1 pkt ECTS = 25 godzin obciążenia studenta, zaokrąglić do 0,1 pkt ECTS)	1,7
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (suma 1.8+2.6)		75
Punkty ECTS za przedmiot (suma 1.9+2.7)		3
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne, w tym:		
Zajęcia praktyczne (Wydział Nauk o Zdrowiu i Wydział Nauk Medycznych)		
Zajęcia o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne (1.2 – 1.4, 2.2 i 2.5)		30
Praktyka zawodowa		
Łączny nakład pracy związany z zajęciami o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne		
Liczba punktów ECTS, uzyskiwanych przez studenta w ramach zajęć o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne		1,2

(1 pkt ECTS = 25 godzin obciążenia studenta, zaokrąglić do 0,1 pkt ECTS)		
Uwagi		
Strona internetowa przedmiotu:		

* odniesienie kierunkowych efektów uczenia się zgodnych z Ustawą z dnia 22 grudnia 2015 roku *o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji*, t.j. Dz. U. 2018, poz. 2153 oraz z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 roku w sprawie charakterystyk drugiego stopnia uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji, Dz. U. 2018, poz. 2218.