S Y L A B U S

Kod przedmiotu	12_6_KO2PN_Bzima0326	Nazwa przedmiotu	**Zarządzanie i marketing**
Nazwa przedmiotu w języku angielskim			Management and Marketing
Wydział			Nauk o Zdrowiu
Kierunek			Kosmetologia
Forma studiów			**Niestacjonarne**
Poziom uczenia się			Drugi stopień
Profil kształcenia			Praktyczny
Przynależność do grupy przedmiotów			B. Przedmioty kierunkowe/z grupy nauk społecznych/do wyboru
Przedmioty do wyboru w zakresie:			Ekonomia. Podstawy ekonomiki przedsiębiorstwa
Osoba odpowiedzialna za przedmiot			dr Wiktor Krasa
Osoby prowadzące zajęcia			dr Wiktor Krasa

Forma prowadzenia zajęć	W	Zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (ZKUP)							
		Ć	K	L	ZP	Wa	Pr	Inne- jakie:	
Liczba godzin zajęć w semestrze	IV-5	IV-10							

Legenda: W– wykład, Ć– ćwiczenia, K- konwersatorium, L– laboratorium, ZP– zajęcia praktyczne, Wa– warsztaty, Pr– praktyka

Semestr(y) zajęć dla kierunku kształcenia	4	Liczba punktów ECTS za przedmiot	3
Status przedmiotu	do wyboru	Język wykładowy	język polski
Wymagania wstępne	Warunkiem przystąpienia do II stopnia studiów jest osiągnięcie efektów kształcenia oraz kompetencji sformułowanych dla absolwentów stopnia I studiów na kierunku kosmetologia		

Cele uczenia się zapoznanie studentów z elementami zarządzania i marketingu.

Opis efektów uczenia się dla przedmiotu

Symbole kierunkowych efektów uczenia się	Efekt uczenia się	Student, który zaliczył przedmiot wie/umie/potrafi:	SYMBOL (odniesienie kierunkowych efektów uczenia się do charakterystyk drugiego stopnia dla: poziomu 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji)*
WIEDZA			
K_W50	W1	zna metody statystycznej analizy danych	P7S_WG
K_W54	W2	zna wybrane zagadnienia ekonomii i jej instrumenty	P7S_WK
K_W55	W3	zna wybrane elementy wiedzy w zakresie marketingu i zarządzania	P7S_WK
K_W56	W4	zna organizacyjne, ekonomiczne, prawne i etyczne uwarunkowania umożliwiające prowadzenie działalności zawodowej	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U42	U1	potrafi współpracować z producentami / dystrybutorami profesjonalnych kosmetyków oraz aparatury używanej do zabiegów w gabinetach kosmetycznych	P7S_UK
K_U46	U2	jest przygotowany do prowadzenia gabinetu kosmetycznego	P7S_UO

		i kierowania zespołem pracowników	
K_U49	U3	potrafi opracować i wdrożyć działania marketingowe odpowiadające oczekiwaniom klienta	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K07	K1	jest przygotowany do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy z zachowaniem wszystkich zasad bezpieczeństwa własnego, klienta i współpracowników	P7S_KO
K_K10	K2	przestrzegania przepisów prawa krajowego i unijnego w zakresie pełnionych obowiązków	P7S_KO

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do form zajęć

Efekt uczenia się	**Forma zajęć dydaktycznych**								
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Cząstkowa praca pisemna	Praca pisemna końcowa (np. esej)	Kolokwium	Prezentacja	Sprawozdanie	Aktywność na zajęciach	inne …
WIEDZA									
W1	x								
W2	x								
W3	x								
W4	x								
UMIEJĘTNOŚCI									
U1		x							
U2		x							
U3		x							
KOMPETENCJE SPOŁECZNE									
K1		x							
K2		x							

Kryteria oceniania kompetencji studenta

Poniżej w formie syntetycznej przedstawiono wymagania minimalne dla trzech grup efektów uczenia się, jakie Student musi uzyskać, aby zaliczyć dany przedmiot. Aby Student zaliczył dany przedmiot wszystkie efekty uczenia się opisane w sylabusie muszą być pozytywnie zweryfikowane przez osobę(y) prowadzącą(e) zajęcia w ramach danego przedmiotu

W - WIEDZA

Ocena:

Dostateczny/Dostateczny + – Student zapamiętuje i odtwarza wiedzę przewidzianą do opanowania w ramach przedmiotu

Dobry/Dobry + – Student dodatkowo interpretuje zjawiska/problemy i potrafi rozwiązać typowy problem

Bardzo dobry –Student potrafi rozwiązywać nawet złożone problemy z danej dziedziny, potrafi dokonać syntezy, przeprowadzić wszechstronną ocenę, stworzyć dzieło oryginalne, inspirujące innych.

U - UMIEJĘTNOŚCI

Ocena:

Dostateczny/Dostateczny + – Student orientuje się w charakterze czynności, potrafi pod kierunkiem nauczyciela akademickiego wykonać czynności/rozwiązać problemy dotyczące treści przedmiotu

Dobry/Dobry + – Student potrafi samodzielnie wykonać czynności/zadania/rozwiązać typowe problemy dotyczące treści przedmiotu

Bardzo dobry – Student posiada w pełni opanowaną umiejętność/zdolność wykonania przewidzianych w treściach przedmiotu czynności/zadań/problemów także w bardziej złożonych przypadkach.

K - KOMPETENCJE SPOŁECZNE

Ocena:

Dostateczny/Dostateczny + – Student biernie przyswaja treści przedmiotu z wykazaniem zdolności do koncentracji uwagi i słuchania

Dobry/Dobry + – Student aktywnie uczestniczy w zajęciach, dokonuje ocen wartościujących według kryteriów przyjętych w danej dziedzinie, potrafi aktywnie współdziałać w obrębie grupy

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.

Treść przedmiotu uczenia się (program wykładów i pozostałych zajęć)	**Odniesienie do efektów uczenia się**
WYKŁADY 1. Orientacja działania przedsiębiorstw (W2, W3, W4, U2, K1) 2. Zastosowanie koncepcji marketingu w usługach (W3, W4, U3, K1) 3. Promocja usług (W3, U3, K1) 4. Pojęcie produktu na rynku usług (W2, W3, U3) 5. Zarządzanie marką (W3, W4, U3, K1) 6. Czynniki wpływające na zachowanie klientów na rynku usług (W3, U3) 7. Cena usługi (W2, W3, U3, K1) 8. Komunikacja marketingowa w firmie usługowej (W3, W4, U3, K1) 9. Postawy personelu – marketing wewnętrzny (W3, W4, U2, K1, K2) 10. Określenie misji, wizji, celów (W3, W4, U2, K1) **ĆWICZENIA** 1. Analiza SWOT na przykładzie salonu kosmetycznego (W1, W2, W3, U2, U3, K1) 2. Czynniki wpływające na zachowanie klientów na rynku usług (W3, U3, K1) 3. Postawy personelu a sukces firmy (W3, W4, U2, K1, K2) 4. Promocja usług kosmetycznych (W3, U3, K1) 5. Negocjacje w firmie. Style negocjacji (W3, W4, U1, U2, K1, K2)	W1,W2,W3,W4 U1, U2,U3 K1, K2

Zalecana literatura i pomoce naukowe

Literatura podstawowa

1. Podstawy marketingu / [pod red. Józefa Garczarczyka, Adolfa Michalaka, Józefa Perenca ; aut. poszczeg. rozdz. Józef Perenc et al.].- Gorzów Wlkp. [Wielkopolski] : Wyższa Szkoła Biznesu, 2001.
2. 2. Podstawy marketingu : praca zbiorowa / pod red. Jerzego Altkorna ; [aut.: Jerzy Altkorn et al.].- Wyd. 4 zm. i poszerz.- Kraków : Instytut Marketingu, 2006.
3. Opieka zdrowotna : aspekty rynkowe i marketingowe / Iga Rudawska.- Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007.
4. Zarządzanie w opiece zdrowotnej : nowe wyzwania / pod red. Marcina Kautscha.- Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2010.
5. Zarządzanie w opiece zdrowotnej / pod red. Kieran Walshe, Judith Smith ; przeł. Monika Raulinajtys ; [współaut. Lawrence Benson et al.].- Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2011.

Literatura uzupełniająca

1. Hibner E., Zarządzanie w systemie ochrony zdrowia, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi, Łódź 2003.

2. Rudawska I., Marketing w nowoczesnej opiece zdrowotnej. Wybrane aspekty, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin2005.

Shortell S., Kałużny A., Podstawy zarządzania opieką zdrowotną, Uniwersyteckie Wydawnictwo Medyczne „Vesalius", Kraków 2001.

3. Perenc J., Podstawy marketingu. Problemy na dziś i na jutro, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008.

3. Marketing : zarządzanie / red. nauk. Krystyna Poznańska, Kamil M. Kraj. - Warszawa : Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, cop. 2015

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	5
1.2	Udział w konwersatoriach	-
1.3	Udział w ćwiczeniach	10
1.4	Udział w zajęciach laboratoryjnych	-
1.5	Udział w konsultacjach	2
1.6	Udział w egzaminie/kolokwium zaliczeniowym przedmiotu	3
1.7	Inne – jakie?	-
1.8	**Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego (suma pozycji 1.1 – 1.7)**	**20**
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)	**0,8**
Samodzielna praca studenta		
2.1	Przygotowanie do wykładów, ćwiczeń, kolokwiów, sprawozdań, raportów, prac semestralnych, itp.	10
2.2	Realizacja samodzielnie wykonywanych zadań zlecanych przez prowadzącego	25
2.3	Przygotowanie do kolokwium końcowego z ćwiczeń/laboratorium	10
2.4	Przygotowanie do egzaminu/kolokwium końcowego z wykładów	10
2.5	Inne – jakie?	-
2.6	**Liczba godzin samodzielnej pracy studenta (suma 2.1 – 2.5)**	**55**
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)	**2,2**
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 Medycznych)		
Zajęcia o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne (1.2 – 1.4, 2.2 i 2.5)		**35**
Praktyka zawodowa		
Łączny nakład pracy związany z zajęciami o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne		**35**
Liczba punktów ECTS, uzyskiwanych przez studenta w ramach zajęć o charakterze kształtującym umiejętności praktyczne (1 pkt ECTS = 25 godzin obciążenia studenta, zaokrąglić do 0,1 pkt ECTS)		**1,4**
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.