


I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)								
Budowanie wizerunku organizacji								
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:			 <b>Akademia ANSiM</b>		Akademia Nauk Społecznych i Medycznych w Lublinie <small>Akademia Nauk Stosowanych</small> Wydział Nauk Społecznych			
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:			Zarządzanie - studia II stopnia					
Profil kształcenia:			PRAKTYCZNY					
Nazwa specjalności:			Marketing					
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)			specjalnościowy, do wyboru, związany z praktycznym przygotowaniem zawodowym					
Rok / Semestr:			II/ 4					
Osoba koordynująca przedmiot:			Dr Bartłomiej Zinczuk, mgr Sylwia Kostrzewa					
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):			Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania przedmiotów z zakresu marketingu					
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN								
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Seminarium	Praktyki	Suma godzin
Studia stacjonarne								
Studia niestacjonarne	10	20						75
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH								
Formy zajęć			Metody dydaktyczne					
Wykład, Ćwiczenia			Wykład, case study, zadania problemowe, projekt.					
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW								
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się						Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:								
P_W01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu specyfikę i determinanty wizerunku przedsiębiorstwa						Z2P_W02, Z2P_W10	
P_W02	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu narzędzie budowania wizerunku i marki przedsiębiorstwa						Z2P_W05, Z2P_W10	
Umiejętności:								
P_U01	Potrafi posługiwać się metodami kreowania wizerunku						Z2P_U07	
P_U02	Potrafi identyfikować determinanty i cechy wizerunku organizacji						Z2P_U04, Z2P_U06	
Kompetencje społeczne:								
P_K01	Jest gotów do otwartego uczestnictwa w dyskusji, wyrażania i przyjmowania uwag krytycznych.						Z2P_K01	
P_K02	Jest gotów do uczestnictwa w zespołach badawczych oraz współdziałania i pełnienia różnych ról w grupie.						Z2P_K08	
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA								
Lp.	Wykład:						Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się	
T1	Marka jako element działalności marketingowej przedsiębiorstwa						P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02	

T2	Zarządzanie marką i jego specyfika	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02
T3	Kapitał marki i jego elementy	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02
<b>Lp.</b>	<b>ćwiczenia:</b>	<b>Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się</b>
T4	Budowanie lojalności konsumentów	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02
T5	Relacje i ich kształtowanie, model 6 rynków	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02
T6	Efekt kraju pochodzenia i jego wpływ na postrzeganie produktów i organizacji	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02
T7	Promocja w budowaniu wizerunku przedsiębiorstwa	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02
T8	Public relations w budowaniu wizerunku przedsiębiorstwa	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02 P_K01, P_K02

#### VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

<b>Efekty uczenia się</b>	<b>Metoda weryfikacji</b>	<b>Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU</b>
<b>Wiedza:</b>		
P_W01	Egzamin testowy	T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8
P_W02	Egzamin testowy	T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8
<b>Umiejętności:</b>		
P_U01	Zadanie projektowe, zadania praktyczne realizowane w czasie zajęć.	T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8
P_U02	Zadanie projektowe, zadania praktyczne realizowane w czasie zajęć.	T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
P_K01	Obserwacja pracy studenta w zadaniu zespołowym.	T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8
P_K02	Obserwacja pracy studenta w zadaniu zespołowym.	T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8

#### VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

<b>Efekty uczenia się</b>	<b>Ocena niedostateczna</b> Student nie zna, nie rozumie, nie potrafi, nie jest gotów:	<b>Zakres ocen 3,0-3,5</b> Student zna, rozumie, potrafi, jest gotów	<b>Zakres ocen 4,0-4,5</b> Student zna, rozumie, potrafi, jest gotów	<b>Ocena bardzo dobra</b> Student zna, rozumie, potrafi, jest gotów
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 51 do 60% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz Student uzyskuje od 61 do 70% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 71 do 80% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz Student uzyskuje od 81 do 90% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	Student uzyskuje powyżej 91% max. liczby punktów dla danego efektu

**Forma zaliczenia części ćwiczeniowej** – projekt, zadanie

Opracowane projekty oceniane są w oparciu o następującą skalę punktową:

0-50% pkt – ocena niedostateczna (2,0),

51-60% pkt – ocena dostateczna (3,0),

61-70% pkt – ocena dostateczna plus (3,5), 71-80% pkt – ocena dobra (4,0), 81-90% pkt – ocena dobra plus (4,5), 91-100% pkt – ocena bardzo dobra (5,0).		
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS		
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria)		30
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		25
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		20
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS</b>		<b>75 / 3,0</b>
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		30 / 1,2
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		75/3,0
Obciążenie studenta w ramach zajęć do wyboru		75/3,0
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
<b>Literatura podstawowa przedmiotu:</b> David Meerman Scott (A. Samson-Banasik), Nowe zasady marketingu i PR: jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących, Warszawa 2022. <b>Literatura uzupełniająca przedmiotu:</b> Sroka K., Marketing i analityka biznesowa dla początkujących, Gliwice, Onepress, Gliwice, 2023		
<b>Inne materiały dydaktyczne:</b> Materiały prowadzącego		