

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): PRZEDMIOTY WYBIERALNE KIERUNKOWE						Kod modułu: C.10.8	
	Nazwa przedmiotu: MARKETING W KOSMETOLOGII						Kod przedmiotu: C.10.8.1	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: INSTYTUT NAUK O ZDROWIU							
	Nazwa kierunku: KOSMETOLOGIA							
	Forma studiów: STACJONARNE			Profil kształcenia: PRAKTYCZNY			Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA	
	Rok / semestr:			Status przedmiotu /modułu:			Język przedmiotu / modułu: POLSKI	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	Zajęcia praktyczne	Praktyki zawodowe
	Wymiar zajęć (godz.)	15			15			

Koordynator przedmiotu / modułu	dr Teresa Pietrulewicz
Prowadzący zajęcia	dr Teresa Pietrulewicz mgr Artur Matlach
Cel kształcenia	Zapoznanie studentów z istotą i specyfiką marketingu usług oraz opanowanie umiejętności planowania działań marketingowych w usługach.
Wymagania wstępne	

EFEKTY UCZENIA SIĘ		
Nr efektu uczenia się/ grupy efektów	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
Wykład		
W zakresie wiedzy student:		
01	Opisuje narzędzia służące do oceny jakości udzielanych świadczeń.	K_W24
02	Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu usług, koncepcji marketingu stosowanych w usługach.	K_W25
Projekt		
W zakresie umiejętności student:		
03	Potrafi przeprowadzić analizę działań marketingowych. Przygotować strategię marketingową.	K_U39
04	Potrafi pracować i współdziałać w grupie, koordynować jej działalność i podejmować właściwe decyzje.	K_U43
W zakresie kompetencji społecznych student:		
05	Korzysta z pomocy innych profesjonalistów i rozumie potrzebę samokształcenia	K_K01

TRZĘŚCI PROGRAMOWE
Forma zajęć - WYKŁAD
Specyfika marketingu w usługach: marketing zewnętrzny, wewnętrzny i interakcyjny. Marketing mix. Rynek nabywcy. Analiza możliwości rynkowych. Analiza otoczenia. Badanie i wybór rynku docelowego. Działania marketingowe w salonie kosmetycznym. Marketingowe cele prowadzenia firmy kosmetycznej. Strategie marketingowe. Zarządzanie usługami i relacjami z klientem. Zarządzanie komunikacją marketingową - pojęcie,

elementy i intensywność działań promocyjnych - funkcje, rodzaje i znaczenie reklamy. Innowacyjność w produktach kosmetycznych.
Forma zajęć - PROJEKT
Przygotowanie projektu marketingowego dla wybranej firmy usługowej z zakresu kosmetologii wg. wytycznych:
1. Analiza działalności marketingowej - określenie grup docelowych.
2. Analiza porównawcza usług, segmentów klientów, możliwości konkurencji (benchmarking) - poszukiwanie możliwości działania; analiza SWOT jako narzędzie wyboru atrakcyjnych kierunków działania.
3. Opracowanie strategii marketingowej usługi - określenie założeń, celów marketingowych i oczekiwanych rezultatów; sporządzenie strategii marketingowej i planu działania.
4. Budowanie trwałych relacji z klientami - kreowanie lojalności klientów; rola jakości obsługi klienta w kształtowaniu relacji z klientem; wykorzystanie programów promocyjnych w procesie zarządzania relacjami z klientem.
5. Ocena działalności marketingowej– wnioski i zalecenia.
Praca własna studenta
Analiza literatury. Przygotowanie do zaliczenia.
Opracowanie projektu.

Literatura podstawowa	1. Kotler P., Keller K. L., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2020. 2. Waśkowski Z., Marketing. Podręcznik akademicki, Poznań 2022 https://libra.ibuk.pl/ANS 3. Kotler Ph., Marketing 4.0, Warszawa 2017. 4. Mitreğa M., Marketing relacji teoria i praktyka, Wydawnictwo CeDeWu, 2018.
Literatura uzupełniająca	1. Mazurek-Łopacińska K., Sobocińska M, Badania marketingowe wobec nowych trendów w otoczeniu, 2020, https://libra.ibuk.pl/ANS 2. Więcek-Janka E., Badania marketingowe. Pojęcia, metody, narzędzia, 2020 https://libra.ibuk.pl/ANS 3. Pilarczyk B., Mruk H., Kompendium wiedzy o marketingu, https://libra.ibuk.pl/ANS 4. Konsument na rynku usług. (Pod red.) G. Rosa, Wydawnictwo C.H. Beck, 2015. 5. Kołodziejczak A., Kosmetologia tom. 2, Wydawnictwo PZWL, 2020.
Metody kształcenia	Forma zajęć *: Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja Forma zajęć *: Metoda projektu, wystąpienie publiczne studentów podczas prezentacji projektu. Praca własna studenta pod kierunkiem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia:

Metody weryfikacji efektów uczenia się									Nr efektu uczenia się/grupy efektów	
Forma zajęć *										
1	2	3	4	5	6	7	8	9		
	X									01, 02
			X		X					03, 0,4

1. Egzamin ustny 2. Egzamin pisemny 3. Kolokwium 4. Projekt 5. Sprawozdanie 6. Prezentacja 7. Praca kontrolna 8. Zadanie praktyczne 9. Praca studenta w trakcie zajęć	
Formy i warunki zaliczenia	A. Sposób zaliczenia - Zaliczenie z oceną (bez egzaminu). Zaliczenie pisemne (waga 0,4) + projekt (sporządzony i zaprezentowany) (waga 0,6). Oceny: bardzo dobra - 100% - 91%, dobra plus - 90% - 81%, dobra - 80% - 71%, dostateczna plus - 70% - 61%, dostateczna - 60% - 50%, niedostateczny - poniżej 50% B. Sposoby weryfikacji i oceny efektów Zaliczenie pisemne wykładu (test). Ocena projektu – opracowany projekt pod względem merytorycznym oraz jego prezentacja. Warunki zaliczenia: Minimum 50% punktów z testu oraz z projektu. Warunki odrabiania zajęć opuszczonych z przyczyn usprawiedliwionych: 1. Student ma obowiązek usprawiedliwić nieobecność zgodnie z regulaminem studiów (np. zwolnienie lekarskie, zaświadczenie urzędowe). 2. Odrabianie zajęć następuje w terminie ustalonym z prowadzącym, nie później niż do końca semestru. 3. W przypadku nieobecności na wykładzie student zobowiązany jest do: samodzielnego uzupełnienia materiału, zaliczenia wskazanego zakresu materiału w formie odpowiedzi ustnej lub krótkiego testu pisemnego. 4. Nieobecność podczas prezentacji projektu wymaga indywidualnej prezentacji w dodatkowym terminie. 5. Brak odrobienia zajęć w ustalonym terminie skutkuje brakiem zaliczenia przedmiotu.

*Formy zajęć: wykład, seminarium, ćwiczenia, laboratorium, projekt, zajęcia praktyczne, praktyka zawodowa

NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Rodzaj działań/zajęć	Liczba godzin	
	Ogółem	W tym zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym
Udział w wykładach	15	
Samodzielne studiowanie		
Udział w ćwiczeniach, laboratoriach, projekcie, seminarium, zajęciach praktycznych	15	15
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń, laboratorium, projektu, seminarium, zajęć praktycznych	10	10

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8	
Udział w konsultacjach	1	1
Inne		
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	59	36
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2	
Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej	nauki o zdrowiu - 2	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	1,2	
Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,1	