

Wypełnia Zespól Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): <b>PRZEDMIOTY WYBIERALNE KIERUNKOWE</b>					Kod modułu: C.10.8	
	Nazwa przedmiotu: <b>MARKETING W KOSMETOLOGII</b>					Kod przedmiotu: C.10.8.1	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: <b>AKADEMIA NAUKS STOSOWANYCH W ELBLĄGU</b>						
	Nazwa kierunku: <b>KOSMETOLOGIA</b>						
	Forma studiów: <b>STACJONARNE</b>		Profil kształcenia: <b>PRAKTYCZNY</b>			Poziom kształcenia: <b>STUDIA I STOPNIA</b>	
	Rok / semestr: <b>1/II</b>		Status przedmiotu /modułu: <b>WYBIERALNY</b>			Język przedmiotu / modułu: <b>POLSKI</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć (godz.)	<b>15</b>			<b>15</b>		

Koordinator przedmiotu / modułu	<b>dr Teresa Pietrulewicz</b>
Prowadzący zajęcia	<b>dr Teresa Pietrulewicz</b>
Cel kształcenia	Zapoznanie studentów z istotą i specyfiką marketingu usług oraz opanowanie umiejętności planowania działań marketingowych w usługach.
Wymagania wstępne	

<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>		
Nr efektu uczenia się/ grupy efektów	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
01	Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu usług.	K_W25
02	Zna i rozumie koncepcje marketingu stosowane w usługach.	K_W25 K_W24
03	Opisuje narzędzia służące do oceny jakości udzielanych świadczeń.	K_W25
04	Potrafi przeprowadzić analizę działań marketingowych. Przygotować strategię marketingową.	K_U36 K_U39 K_K08
05	Potrafi pracować i współdziałać w grupie, koordynować jej działalność i podejmować właściwe decyzje.	K_U43

<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>
<b>Wykład</b> 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.
<b>Projekt</b> Przygotowanie projektu marketingowego dla wybranej firmy usługowej z zakresu kosmetykologii 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.

Literatura podstawowa	1. Kotler P., Keller K. L., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2020. 2. K. Rogoziński, Zarządzanie organizacją usługową, Wydawnictwo Difin, 2016. 3. Bogusz-Kreft M., Marczak M., Promocja usług, Wydawnictwo CEDEWU, 2015. 4. Mitręga M., Marketing relacji teoria i praktyka, Wydawnictwo CeDeWu, 2018.
Literatura uzupełniająca	1. Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J., Marketing usług, Wydawnictwo Wolters Kluwer, 2012. 2. Konsument na rynku usług. (Pod red.) G. Rosa, Wydawnictwo C.H. Beck, 2015. 3. Kołodziejczak A., Kosmetologia tom. 2, Wydawnictwo PZWL, 2020.
Metody kształcenia	Wykład interakcyjny, informacyjny, metoda sytuacyjna, z elementami dyskusji Zajęcia projektowe: zebranie informacji, określenie uwarunkowań działania, opracowanie analityczne przygotowanego materiału, opracowanie projektu i praktyczna prezentacja rozwiązań.

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się/grupy efektów
Zaliczenie pisemne		01, 02, 03
Przygotowanie projektu i jego prezentacja		04, 05
Formy i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemny (waga 0,5) + projekt (sporządzony i zaprezentowany) (waga 0,5). Oceny: bardzo dobra - 100% - 91%, dobra plus - 90% - 81%, dobra - 80% - 71%, dostateczna plus - 70% - 61%, dostateczna - 60% - 50%,	

NAKLAD PRACY STUDENTA		
Rodzaj działań/zajęć	Liczba godzin	
	Ogółem	W tym zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym
Udział w wykładach	<b>15</b>	
Samodzielne studiowanie		
Udział w ćwiczeniach, laboratoriach, projekcie, seminarium, zajęciach praktycznych	<b>15</b>	15
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń, laboratorium, projektu, seminarium, zajęć praktycznych	10	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>10</b>	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8	
Udział w konsultacjach	<b>1</b>	1

Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>59</b>	<b>36</b>
<b>Liczba punktów ECTS za przedmiot</b>	<b>2</b>	
<b>Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej</b>	<b>nauki o zdrowiu - 2</b>	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	<b>1,2</b>	
Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,1	