

KARTA MODUŁU (sylabus)

| | | |
|--|---|--|
| 1. Nazwa modułu: ZARZĄDZANIE W PRZEMYSŁE KOSMETYCZNYM | | 2. punkty ECTS |
| | | 2 |
| | | 3. kod ECTS |
| | | S/N1ChemKOS-F-ZARZPKOS-VII |
| 4. Kierunek studiów: Chemia kosmetyczna | | 5. Ścieżka kształcenia: - |
| 6. Semestr studiów: VII | | 7. Stopień: studia I stopnia |
| 8. Forma studiów: studia stacjonarne/niestacjonarne | | 9. Język wykładowy: polski |
| 10. Status modułu: fakultatywny | | 11. Sposób zaliczenia: zaliczenie |
| 12. Grupa: moduł fakultatywny do wyboru | | |
| 13. Forma zajęć | 14. Metody dydaktyczne | 15. Sposób realizacji zajęć |
| wykład | wykład z prezentacją multimedialną/ wykład konwersatoryjny | zajęcia prowadzone w salach dydaktycznych |
| ćwiczenia audytoryjne | ćwiczenia audytoryjne: praca w grupach/ pogadanka/ studium przypadku/ giełda pomysłów/ klasyczna metoda przypadków | zajęcia prowadzone w salach dydaktycznych |
| 16. Cele i zadania modułu: 1. Zapoznanie studentów z podstawami teoretycznymi wiedzy o specyfice zarządzania przedsiębiorstwem zajmującym się produkcją i dystrybucją produktów kosmetycznych. | | |
| 17. Wymagania formalne: 1. Obecność na ćwiczeniach audytoryjnych, możliwość usprawiedliwienia nieobecności na podstawie zwolnienia lekarskiego. | | |
| 18. Wymagania wstępne: 1. Elementarna wiedza z zakresu przedsiębiorczości oraz mikro i makroekonomii. | | |
| 19. Treści programowe: | | |
| lp. | W - wykład / K - konwersatorium: | |
| W1 | Specyfika zarządzania w przemyśle kosmetycznym. Budowanie wizerunku. Marketing branżowy. | |
| W2 | Jak odnieść sukces sprzedażowy w branży beauty. | |
| W3 | Strategia ustalania cen. Marża i zysk. Ryzyko inwestycyjne. | |
| W4 | Narzędzia promocji i marketingu. | |
| W5 | Zarządzanie personelem. Moja pozycja w branży. | |
| lp. | C – ćwiczenia: | |
| C1 | Merchandising. | |
| C2 | Dobór oferty. Badania marketingowe. | |
| C3 | Strategia ustalania cen, tworzenie ofert, obliczanie kosztów, marż i zysk. | |
| C4 | Rekrutacja. | |
| C5 | Marketing branżowy. Analiza konkurencji. | |
| 20. Zakładane efekty uczenia się: | | |

Wiedza: zbiór opisów, faktów, zasad, teorii i praktyk, przyswojonych w procesie uczenia się, odnoszących się do dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej

| Efekt uczenia się - WIEDZA | |
|----------------------------|--|
| Nr efektu | Student, który zaliczył moduł: |
| 01 | zna i rozumie specyfikę zarządzania przedsiębiorstwem zajmującym się produkcją i dystrybucją produktów kosmetycznych oraz ludźmi zaangażowanymi w oba procesy. |
| 02 | rozumie ryzyko podejmowanych przedsięwzięć inwestycyjnych i umie je odpowiednio oszacować. |

Umiejętności: zdolność wykonywania zadań i rozwiązywania problemów właściwych dla dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej

| Efekt uczenia się - UMIEJĘTNOŚCI | |
|----------------------------------|--|
| Nr efektu | Student, który zaliczył moduł: |
| 03 | potrafi wykorzystać dostępne narzędzia promocji i marketingu w celu osiągnięcia założeń sprzedażowych. |
| 04 | potrafi efektywnie zarządzać ofertą produktową. |

Kompetencje społeczne: zdolność do kształtowania własnego rozwoju oraz autonomicznego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu zawodowym i społecznym, z uwzględnieniem etycznego kontekstu własnego postępowania

| Efekt uczenia się - KOMPETENCJE | |
|---------------------------------|--|
| Nr efektu | Student, który zaliczył moduł: |
| 05 | potrafi działać kreatywnie i w sposób przedsiębiorczy. |

20a. Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się:

| Nr efektu modułowego | Symbol EKK |
|----------------------|------------|
| 01 | ChK1P_W28 |
| 02 | ChK1P_W28 |
| 03 | ChK1P_U25 |
| 04 | ChK1P_U25 |
| 05 | ChK1P_K07 |

21. Sposoby oceny:

| | |
|--|---|
| F – formująca: F5-odpowiedź ustna | P – podsumowująca: P3-średnia ocen zdobytych w czasie semestru |
|--|---|

22. Sposób weryfikacji efektów uczenia się:

| Nr efektu | Treści programowe | Sposób oceny |
|-----------|---------------------|---------------|
| 01 | W1-W5, C1-C5 | F5, P3 |
| 02 | W1-W5, C1-C5 | F5, P3 |
| 03 | W1-W5, C1-C5 | F5, P3 |
| 04 | W1-W5, C1-C5 | F5, P3 |
| 05 | W1-W5, C1-C5 | F5, P3 |

23. Warunek zaliczenia modułu:

Uzyskanie pozytywnej oceny z zaliczenia jest uwarunkowane zdobyciem pozytywnych ocen w czasie semestru. Ocenę końcową stanowi średnia ocen zdobytych w czasie semestru. Skala ocen za odpowiedzi ustne:

| <i>Dostateczny</i> | <i>Dostateczny plus</i> | <i>Dobry</i> | <i>Dobry plus</i> | <i>Bardzo dobry</i> |
|--|--|--|--|--|
| Prawidłowa odpowiedź na co najmniej 50% zadanych pytań | Prawidłowa odpowiedź na co najmniej 60% zadanych pytań | Prawidłowa odpowiedź na co najmniej 70% zadanych pytań | Prawidłowa odpowiedź na co najmniej 80% zadanych pytań | Prawidłowa odpowiedź na co najmniej 90% zadanych pytań |

24. Całkowity nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się w godzinach oraz punktach ECTS:

| Ogółem stacjonarne | Ogółem niestacjonarne | stacjonarne | niestacjonarne |
|---|-----------------------|-----------------|-----------------|
| 50 h | 50 h | 2 ECTS | |
| - w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego | | 1,2 ECTS | 0,8 ECTS |
| - w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy | | 0,8 ECTS | 1,2 ECTS |

25. Wykaz literatury podstawowej (wykorzystywana podczas zajęć i studiowana samodzielnie przez studenta)

1. Brilman J., Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania, Warszawa 2002.
2. Martyniak Z., Nowe metody i koncepcje zarządzania, Kraków 2002.

| |
|--|
| 3. Kramer T., Podstawy marketingu, Warszawa 2003. 4. Pierścionek Z., Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie, Warszawa 2011. 5. Rosa G., Zarządzanie marketingowe, Warszawa 2012. |
| 26. Wykaz literatury uzupełniającej : 1. Kostera M., Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, Warszawa 2016. 2. Pochtowski A., Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategie-procesy-metody, Warszawa 2018. 3. Michalski E., Zarządzanie przedsiębiorstwem. Podręcznik akademicki, Warszawa 2021. |