**KARTA PRZEDMIOTU ROK AKADEMICKI: 2022/2023**

|  |  |
| --- | --- |
| KOD PRZEDMIOTU |  |
| NAZWA PRZEDMIOTU | **PSYCHOLOGIA MARKETINGU** |
| AUTOR PROGRAMU PRZEDMIOTU | **mgr psychologii Waldemar Dębski** |
| KONTAKT (np. nr telefonu, e-mail) | **Tel. 605-350-671**  **e-mail: rektor@wumed.edu.pl; taurus2704@wp.pl** |

**1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW**

|  |  |
| --- | --- |
| KIERUNEK STUDIÓW | **ZARZĄDZANIE** |
| JEDNOSTKA PROWADZĄCA PRZEDMIOT | **WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA** |
| FORMA STUDIÓW | **NIESTACJONARNE** |
| POZIOM KSZTAŁCENIA | **POZIOM 7 (studia MAGISTERSKIE)** |
| PROFIL STUDIÓW | **PRAKTYCZNY** |

**2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRZYNALEŻNOŚĆ DO GRUPY PRZEDMIOTU | | | **PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE** | | |
| JĘZYK WYKŁADÓW | | | **POLSKI** | | |
| SEMESTR, NA KTÓRYM REALIZOWANY JEST PRZEDMIOT | | | **3** | | |
| FORMA ZALICZENIA | | | **Ćwiczenia – zaliczenie z oceną** | | |
| PUNKTY ECTS | | | **2** | | |
| WYMAGANIA WSTĘPNE | | |  | | |
| FORMA STUDIÓW | **STACJONARNE** | | | **NIESTACJONARNE** | |
| LICZBA GODZIN ZAJĘĆ | WYKŁADY |  | | WYKŁADY |  |
| ĆWICZENIA |  | | ĆWICZENIA | **10** |
| WARSZTATY |  | | WARSZTATY |  |
| LABORATORIUM |  | | LABORATORIUM |  |
| PROJEKT |  | | PROJEKT |  |
| PROWADZĄCY WYKŁADY |  | | |  | |
| PROWADZĄCY ĆWICZENIA AUDYTORYJNE |  | | | **mgr psychologii Waldemar Dębski** | |
| PROWADZĄCY WARSZTATY |  | | |  | |
| PROWADZĄCY LABORATORIA |  | | |  | |
| PROWADZĄCY PROJEKT |  | | |  | |

**3. EFEKTY KSZTAŁCENIA, FORMY ZAJĘĆ, METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.1. Cele szczegółowe kształcenia** | | | | | | | | | **Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia** | | | | | |
| **C1** | Zapoznanie z głównymi filozoficznymi, socjologicznymi i psychologicznymi koncepcjami dotyczącymi procesów przekazu informacji | | | | | | | | K1P\_W01  K1P\_W04  K1P\_W05 | | | | | |
| **C2** | Jakie są najważniejsze techniki oddziaływania w psychologii marketingu? | | | | | | | | K1P\_U02  K1P\_U03  K1P\_U04 | | | | | |
| **C3** | Pogłębienie kompetencji komunikacyjnych niezbędnych w zrozumienie sposobów postrzegania, rozumienia i pojawiania się motywacji zakupowej. | | | | | | | | K1P\_K02  K1P\_K04  K1P\_K06 | | | | | |
| **3.2. EFEKTY UCZENIA SIĘ:**  **(w kategoriach wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych)** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Symbol** | | **Kierunkowe efekty kształcenia** | | | | **Opis** | | | **Metody sprawdzające osiągnięcie efektu uczenia się** | | | **Metody sprawdzające osiągnięcie efektu uczenia się** | | |
| **W1** | | K2P\_W01 | | | | Ma zaawansowaną wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także rozumie związki z dyscyplinami uzupełniającymi takimi jak psychologia zarządzania, | | | P7S\_WG | | | Zaliczenie pisemne  Zadania w ramach pracy zespołowej z prezentacją wyników | | |
| **W2** | | K2P\_W04 | | | | W pogłębionym stopniu posiada wiedze o człowieku i jego cechach, konstruującym struktury społeczne i struktury organizacji oraz zasadach ich funkcjonowania w odniesieniu do różnych obszarów aktywności człowieka (gospodarczych, społecznych, kulturowych), definiuje i wyjaśnia procesy i zadania z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, w obszarach rekrutacji i selekcji zawodowej, komunikacji interpersonalnej i zarządzania kompetencjami | | | P7S\_WG | | | Zaliczenie pisemne  Zadania w ramach pracy zespołowej z prezentacją wyników | | |
| **W3** | | K2P\_W06 | | | | Zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty i zjawiska z psychologii organizacji i możliwości ich odniesienia do realnych problemów zarządzania w praktyce, w tym krytycznie analizuje procesy komunikacyjne zachodzące w  rodzinach i grupach (rówieśniczych, towarzyskich, pracowniczych). | | | P7S\_WG | | | Zaliczenie pisemne  Zadania w ramach pracy zespołowej z prezentacją wyników | | |
| **U1** | | K2P\_U02 | | | | Potrafi innowacyjnie stosować oraz modyfikować metody i narzędzia analizy procesów i zjawisk zachodzących w organizacji i jej otoczeniu oraz formułować własne rozwiązania o charakterze wdrożeniowym. Potrafi dostosować swój sposób komunikowania się do rozmówcy. | | | P7S\_UW | | | Zaliczenie pisemne  Zadania w ramach pracy zespołowej z prezentacją wyników | | |
| **U2** | | K2P\_U06 | | | | Potrafi odpowiednio reagować na zmiany w organizacji oraz w jej otoczeniu tworząc lub dostosowując narzędzia zarządzania, także w warunkach zmienności, ryzyka i niepewności | | | P7S\_UW | | | Zaliczenie pisemne  Zadania w ramach pracy zespołowej z prezentacją wyników | | |
| **K1** | | K2P\_K01 | | | | Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych, jednocześnie krytycznie ocenia posiadaną wiedzę i odbieranie treści | | | P7S\_KK | | | Ocena aktywności i zaangażowania studenta w realizację zadań podczas zajęć | | |
| **K2** | | K2P\_K02 | | | | Jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów praktycznych z zakresu zarządzania różnymi obszarami działalności gospodarczej, instytucjami oraz organizacjami | | | P7S\_KK | | | Ocena aktywności i zaangażowania studenta w realizację zadań podczas zajęć | | |
| **K3** | | K2P\_K03 | | | | Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wynikających z procesów zarządzania | | | P7S\_KO | | | Ocena aktywności i zaangażowania studenta w realizację zadań podczas zajęć | | |
| **3.3. TREŚCI PROGRAMOWE:** | | | | | | | | | **Odniesienie treści przedmiotu do efektów uczenia się (zgodność efektu uczenia się z treściami programowymi)** | | | | | |
| **Rodzaj i forma zajęć** | | | | **Treści programowe wykładów( podać liczbę godzin)** | | | | |
| Ćwiczenia 1 | | | | Współczesne formy komunikacji marketingowej i e-marketingowej.  Profesjonalne wykorzystywanie możliwości mediów i współczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych | | | | **W1, W2, W2**  **U1, U2, U3**  **K1, K2, K3** | | | | | | |
| Ćwiczenia 2 | | | | - neuromarketing, a więc badanie ludzkich zachowań, przeżyć, emocji, motywacji i potrzeb, z czym wiążą się zwykle różnorodne techniki badawcze, a także eksperymenty;  - tworzenie tekstów marketingowych i reklamowych, a więc copywriting, którego podstawą w tym wypadku ma być perswazja;  - kreowanie oczekiwań i potrzeb konsumentów, a także cały szeroko pojęty influencer marketing;  - aktywowanie motywacji, wykorzystywanie plików cookies i ankiet, a także banerów i różnych treści. | | | | **W1, W2, W2**  **U1, U2, U3**  **K1, K2, K3** | | | | | | |
| Ćwiczenia 3 | | | | Rozwijanie kompetencji  komunikacyjnych w przekazie reklamowym. oddziaływanie przekazów reklamowych. | | | | **W1, W2, W2**  **U1, U2, U3**  **K1, K2, K3** | | | | | | |
| Ćwiczenia 4 | | | | Gry psychologiczne.  Analizowanie, interpretowanie i przewidywanie zachowań konsumenckich. | | | | **W1, W2, W2**  **U1, U2, U3**  **K1, K2, K3** | | | | | | |
| Ćwiczenia 5 | | | | Jak adekwatnie dobierać narzędzia z zakresu kreowania wizerunku osoby, firmy czy produktu. | | | | **W1, W2, W2**  **U1, U2, U3**  **K1, K2, K3** | | | | | | |
| **3.4. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, METODY KSZTAŁCENIA ORAZ NARZĘDZIA WYKORZYSTYWANE W PROCESIE PRAKTYCZNEGO KSZTAŁCENIA (NP. OPROGRAMOWANIE)** | | | | | | | | | | | **Odniesienie do efektów kształcenia przedmiotu** | | | |
| **PREFEROWANE METODY DYDAKTYCZNE ORAZ WYKORZYSTYWANE OPROGRAMOWANIE** | | | | | |  | | --- | | - wykład problemowy  - symulacja scenek sytuacyjnych  - prezentacje multimedialne  - doświadczenia - obserwacje - studium przypadku  - kreowanie oczekiwań i potrzeb konsumentów, czego przykładem mogą być **reklamy, relacje na Instagramie, filmy na YouTubie oraz TikToku** | |  | |  | | | | | | | **W1, W2, W3**  **U1, U2, U3**  **K1, K2. K3** | | | |
| **3.5. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA OCENIANIA STUDENTÓW W OBSZARZE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH** | | | | | | | | | | | | | | |
| **EFEKT** | | | **FORMA WERYFIKACJI** | | | | | | | | | | **% UDZIAŁ NA OGÓLNĄ OCENĘ** | |
| **WIEDZA** | | | | | | | | | | | | | **30 %** | |
| **W1, W2, W3** | | | Końcowe zaliczenie pisemne - test wielokrotnego wyboru z materiału opracowanego podczas zajęć wraz z zaleconymi lekturami | | | | | | | | | | | |
| **UMIEJĘTNOŚCI** | | | | | | | | | | | | | **55 %** | |
| **U1, U2, U3** | | | Ocena pracy zespołowej zadawanej sukcesywnie w postaci pisemnej związanej z zagadnieniami podejmowanymi podczas zajęć z odniesieniem do praktycznego zastosowania (studium przypadku, odniesienie do wybranej organizacji itp.) | | | | | | | | | | | |
| **KOMPETENCJE PERSONALNE I SPOŁECZNE** | | | | | | | | | | | | | **15 %** | |
| **K1, K2, K3** | | | Ocena aktywności i zaangażowania studenta w realizację zadań podczas zajęć | | | | | | | | | | | |
| **OPIS** | | | Ćwiczenie kończy się zaliczeniem pisemnym z oceną. Do zdania zaliczenia uprawnia:  - zaangażowanie w zajęciach  - pozytywny wynik końcowego zaliczenia pisemnego - test jednokrotnego wyboru z materiału przedstawianego podczas zajęć wraz z zaleconymi lekturami; termin: ostatnie zajęcia w semestrze.  Kryteria oceniania:  bdb. (5,0) - od 90%  db.+ (4,5) - 85-89%  db. (4,0) - 71%-84%  dst.+ (3,5) - 65%-70%  dst. (3,0) - 50%-65%  ndst. (2,0) - 0-49% | | | | | | | | | | | |
| **3.6. STOPNIOWANIE WYCENY EFEKTÓW KSZTAŁCENIA:** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Efekt kształcenia** | | | **Na ocenę 3 – 3,5 student** | | | | **Na ocenę 4,0 – 4,5 student** | | | **Na ocenę 5,0 student** | | | | |
| **W1, W2, W3** | | | W sposób bardzo ogólny i pobieżny zna i rozumie tematykę podejmowaną na zajęciach. | | | | Dobrze zna i rozumie zagadnienia podejmowane podczas zajęć, łącznie z dostrzeganiem ich możliwości zastosowania w praktyce. | | | W sposób pogłębiony zna i rozumie zagadnienia podejmowane podczas zajęć , łącznie z samodzielnym ich wykorzystaniem w praktyce. | | | | |
| **U1, U2, U3** | | | W stopniu jedynie wystarczającym potrafi prawidłowo zastosować zagadnienia podejmowane podczas zajęć. | | | | W stopniu dobrym potrafi prawidłowo zastosować zagadnienia podejmowane podczas zajęć. | | | W stopniu pogłębionym potrafi prawidłowo zastosować zagadnienia podejmowane podczas zajęć, łączenie z samodzielnym ich drożeniem do praktyki.  Ponadto potrafi analizować rozwiązania konkretnych problemów zagadnień oraz planować i organizować własną aktywność zawodową w zakresie związanym z zagadnieniami podejmowanymi podczas zajęć. | | | | |
| **K1, K2, K3** | | | Jest zdolny do ogólnej oceny posiadanych kompetencji, ale także zagadnień , które są mu przekazywane na poziomie wystraszającym do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w przedsiębiorstwie, rozwijania dorobku zawodowego i podtrzymania etosu zawodu. | | | | Jest zdolny do głębszej oceny posiadanych kompetencji oraz zagadnień , które są mu przekazywane na poziomie wystraszającym do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w przedsiębiorstwie, rozwijania dorobku zawodowego i podtrzymania etosu zawodu. | | | Jest zdolny do wnikliwej i kompleksowej oceny posiadanych kompetencji oraz zagadnień , które są mu przekazywane na poziomie w pełni wystraszającym do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w przedsiębiorstwie, rozwijania dorobku zawodowego i podtrzymania etosu zawodu. | | | | |
| **3.7. LITERATURA** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Literatura podstawowa**: | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Gordon R. Foxall, Ronald E. Goldsmith, Psychologia Konsumenta dla Menadżera Marketingu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001. | | | | | | | | | | | | | | |
| **Literatura uzupełniająca**: | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Dominika Maison, Katarzyna Stasiuk Psychologia konsumenta, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001. | | | | | | | | | | | | | |

4. KALKULACJA NAKŁADU PRACY STUDENTA

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Aktywność** | **Obciążenia studenta w godzinach** | | | |
| Studia  stacjonarne | Studia  niestacjonarne | Zajęcia teoretyczne | Zajęcia praktyczne |
| 1 | Udział w wykładach |  |  |  |  |
| 2 | Udział w ćwiczeniach audytoryjnych |  | 10 |  | 10 |
| 3 | Udział w warsztatach |  |  |  |  |
| 4 | Udział w laboratoriach |  |  |  |  |
| 5 | Wykonanie projektu |  |  |  |  |
| 6 | Przygotowanie do ćwiczeń audytoryjnych |  | 40 |  | 20 |
| 7 | Przygotowanie do warsztatów |  |  |  |  |
| 8 | Przygotowanie do laboratoriów |  |  |  |  |
| 9 | Przygotowanie do projektu |  |  |  |  |
| 10 | Udział w konsultacjach |  |  |  | 2 |
| 11 | Przygotowanie do sprawdzianu |  |  |  |  |
| 12 | Obecność na egzaminie |  |  |  |  |
| 13 | *Sumaryczne obciążenie pracą studenta  (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)=(17+19)* |  | 50 |  | 32 |
| 14 | ***Punkty ECTS za przedmiot (16+18)*** |  | 2 |  | **2** |
| 15 | Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów  **w godzinach** (1+2+3+4+5+10+12) |  | 10 |  | |
| 16 | Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów **w punktach ECTS**  ((1+2+3+4+5+10+12/25) |  | 0,4 |
| 17 | Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów  **w godzinach** (6+7+8+9+11) |  | 40 |
| 18 | Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów  **w punktach ECTS** ((6+7+8+9+11/25) |  | 1,6 |

**1 punkt ECTS równa się 25 godzinom pracy studenta**

**SŁOWNIK**

**Warsztat (W)** – **zajęcia praktyczne** doskonalące jakąś umiejętność związaną z kierunkiem studiów.

**Ćwiczenia audytoryjne (CA)** –**zajęcia praktyczne** pozostające w korelacji z wykładami, przy czym podczas ćwiczeń przeważa metoda heurystyczna. Ich tematyka sprowadza się do rozwiązywania zadań lub analizowania przykładów stanowiących określone zastosowanie wiedzy teoretycznej.

**Laboratorium (L)** – ćwiczenia laboratoryjne - **zajęcia praktyczne**, aktywizujące oparte na praktycznej działalności studentów w zakresie analizowanych problemów badawczych/praktycznych w pomieszczeniach przeznaczonych do przeprowadzania tego typu [badań](https://pl.wikipedia.org/wiki/Badania_naukowe) i wyposażone w odpowiedni do tego celu sprzęt. Ćwiczenia laboratoryjne umożliwiają obserwacje przeprowadzanych eksperymentów. Laboratoria mogą przyjmować różną postać zależnie od rodzaju [eksperymentów](https://pl.wikipedia.org/wiki/Eksperyment), jakie się w nich wykonuje.

**Seminarium (S)** – **zajęcia praktyczne, po**legające na samodzielnym opracowaniu przez studentów części zagadnień poruszanych na seminarium. Wyniki pracy przedstawiane są w postaci prezentacji, referatu, czy też w jeszcze inny sposób. W czasie seminarium studenci biorą aktywny udział w dyskusji nad danym zagadnieniem wykazując się posiadaną wiedzą.

**Projekt (P)** - **zajęcia praktyczne** – polegające na samodzielnym lub zespołowym przedsięwzięciem, który ma na celu stworzenie unikalnego rozwiązania jakiegoś problemu badawczego lub praktycznego. Projekt powinien charakteryzować się takimi cechami jak: cel, niepowtarzalność, złożoność, określoność, zmienność, zaangażowanie zasobów ludzkich, ograniczoność czasowa. Wyniki pracy przedstawiane są w postaci dokumentacji projektu i jej prezentacji.

Prowadzący przedmiot:

.................................................... …............……...................……………………

*podpis*