



Sylabus przedmiotu - część A Zarządzanie marką

72S10-ZAMA
ECTS: 2.50
CYKL: 2022L

TREŚCI MERYTORYCZNE

WYKŁAD

1. Marketingowe rozumienie produktu 2. Istota marki i jej funkcje 3. Wartość i siła marki 4. Struktura nazwy 5. Klasyfikacja marek 6. Wpływ opakowania na markę 7. Komunikacja. Reklama i Public Relation 8. Satysfakcja i lojalność klienta

ĆWICZENIA

1. Symboliczne znaczenie marki (wyróżniki marki, wartość, kultura, osobowość) 2. Tożsamość i wizerunek marki 3. Pomiar wizerunku marki. 4. Pozycjonowanie marek. 5. Komunikacyjne aspekty zarządzania marką (promocja i reklama). 6. Case Studies. Przykłady prawdziwych firm, działających na polskim rynku.

CEL KSZTAŁCENIA

Celem kształcenia jest prezentacja zagadnień związanych z istotą kreowania i zarządzania marką. Począwszy od momentu określenia jej unikatowej użyteczności i tożsamości, poprzez proces tworzenia nazwy marki, budowę świadomości jej istnienia, zachęcenie konsumenta do zakupu i budowę lojalności.

OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO OPISU CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KWALIFIKACJI NA POZIOMACH 6-8 POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI W ODNIESIENIU DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH I EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

Symbole efektów dyscyplinowych:

S/NS1A_K02+, S/NS1A_U01+, S/NS1A_W01+

Symbole efektów kierunkowych:

K1A_U02+, K1A_W02+, K1A_K02+

EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Wiedza:

W1 - Zna i rozumie procesy dotyczące zarządzania marką (tożsamość, wizerunek, funkcje marki)

Umiejętności:

U1 - potrafi właściwie przeprowadzić proces markowania. Potrafi zbudować strategię marki. Ma zdolność myślenia koncepcyjnego i analitycznego.

Kompetencje społeczne:

K1 - jest gotów do współpracy w grupie. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, studiuje literaturę przedmiotu

FORMY I METODY DYDAKTYCZNE:

Wykład(W1;):wykład z prezentacją multimedialną, informacyjny,

Akty prawne określające efekty uczenia się:
699/2015

Dyscypliny: ekonomia i finanse, filozofia, nauki socjologiczne

Status przedmiotu:
Obligatoryjny

Grupa przedmiotów:B - przedmioty kierunkowe

Kod: ISCED 0229

Kierunek studiów: Analiza i kreowanie trendów

Zakres kształcenia:

Profil kształcenia:

Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne
Poziom studiów: Pierwszego stopnia

Rok/semestr: 2/4

Rodzaj zajęć: Wykład, Ćwiczenia

Liczba godzin w semestrze: Wykład: 15.00, Ćwiczenia: 15.00

Język wykładowy: polski

Przedmioty

wprowadzające: brak

Wymagania wstępne: brak

Nazwa jednostki org. realizującej przedmiot:
Instytut Ekonomii i Finansów
Osoba odpowiedzialna za realizację przedmiotu: dr hab. Adam Rudzewicz
e-mail: arudzew@uwm.edu.pl

Uwagi dodatkowe:

konwersatoryjny

Ćwiczenia(W1;U1;K1):ćwiczenia audytoryjne, metoda projektów (projekt badawczy), praca w grupach, analiza studium przypadków

FORMA I WARUNKI WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

Ćwiczenia: Sprawdzian pisemny - kolokwium z treści ćwiczeniowych. 4 - 5 pytań. Ocena pozytywna od 50 % poprawnych odpowiedzi (W1;U1;K1);

Ćwiczenia: Projekt - Przeprowadzenie procesu nadania marki wybranemu, nowemu produktowi lub usłudze. Pozycjonowanie marki (W1;U1;K1);

Wykład: Kolokwium pisemne - kolokwium z treści wykładowych. 4 - 5 pytań. Ocena pozytywna od 50 % poprawnych odpowiedzi (W1;U1);

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Jacek Kall , Ryszard Kłeczek , Adam Sagan, *Zarządzanie marką*, Wyd. Oficyna Ekonomiczna, R. 2013
2. Jacek Kall, *Silna marka. Istota i kreowanie*, Wyd. PWE, R. 2001

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. De Chernatony, Leslie,, *Marka*, Wyd. Gdańskie Wydaw. Psychologiczne, R. 2013
2. Adam Rudzewicz,, *Wpływ zaufania do marki na zachowania konsumentów*, Wyd. UWM w Olsztynie, R. 2018

Szczegółowy opis przyznanej punktacji ECTS - część B

72S10-ZAMA

ECTS: 2.50

CYKL: 2022L

Zarządzanie marką

Na przyznaną liczbę punktów ECTS składają się:

1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:

| | |
|-----------------------|---------------|
| - udział w: Wykład | 15.0 h |
| - udział w: Ćwiczenia | 15.0 h |
| - konsultacje | 3.0 h |
| OGÓŁEM: | 33.0 h |

2. Samodzielna praca studenta:

| | |
|--|-----------------------|
| przygotowanie projektu badawczego | 5.00 h |
| Przygotowanie do sprawdzianu | 10.00 h |
| Przygotowanie do kolokwium | 14.50 h |
| OGÓŁEM: | 29.5 h |
| godziny kontaktowe + samodzielna praca studenta | OGÓŁEM: 62.5 h |

1 punkt ECTS = 25-30 h pracy przeciętnego studenta,
liczba punktów ECTS= 62.5 h : 25.0 h/ECTS = 2.50 ECTS

Średnio: **2.5 ECTS**

| | |
|---|-------------------|
| - w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego | 1.32 punktów ECTS |
| - w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy studenta | 1.18 punktów ECTS |