



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Marketing Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Optyka okularowa i optometria Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Fizyki Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 04OKOS.18HS.03906.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty humanistyczne i społeczne
Koordynator zajęć	Ryszard Naskręcki	
Prowadzący zajęcia	Ryszard Naskręcki	
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia - Wykład: 15, Zaliczenie z oceną - Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem głównym tego przedmiotu jest przekazanie wiedzy dotyczącej podstawowych koncepcji i narzędzi marketingowych, które stanowią kluczowy element funkcjonowania współczesnych firm. Wiedza ta zostanie wsparta licznymi przykładami z rynku optycznego i optometrycznego.
C2	Celem dodatkowym jest nabycie umiejętności praktycznych z obszaru marketingu, obejmujących: analizę otoczenia, wybór grupy docelowej, pozycjonowanie oferty, jak również zaproponowanie konkretnych rozwiązań w obszarze zarządzania marką i produktami, kształtowania polityki cenowej i polityki dystrybucyjnej oraz tworzenia kampanii komunikacyjnej.

Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych dla tego przedmiotu.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna cele i zadania współczesnego marketingu oraz taktykę działań marketingowych	OKO_K1_W14, OKO_K1_W15	Kolokwium pisemne, Wypowiedź ustna
W2	Zna zasady tworzenia skutecznych kampanii promocyjnych	OKO_K1_W15, OKO_K1_W19	Kolokwium pisemne, Wypowiedź ustna
W3	Zna i rozumie specyfikę działań promocyjnych i marketingowych w branży medycznej; rozumie na czym polega marketing usług medycznych	OKO_K1_W08, OKO_K1_W14, OKO_K1_W15	Kolokwium pisemne, Wypowiedź ustna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi przygotować analizę rynku optycznego dla celów kampanii promocyjnej usług optycznych i optometrycznych.	OKO_K1_U09, OKO_K1_U12	Kolokwium pisemne, Projekt
U2	Potrafi przygotować i zrealizować kampanię marketingową usług medycznych	OKO_K1_U09, OKO_K1_U12	Kolokwium pisemne, Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Potrafi wykorzystać swoją wiedzę zawodową we współpracy z firmami prowadzącymi działalność marketingową oraz działania reklamowe.	OKO_K1_K04, OKO_K1_K05	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Zadania współczesnego marketingu. Otoczenie marketingowe i zachowania klientów, Taktyka działań marketingowych	W1	Wykład
2.	Analizy rynku i badania marketingowe; Jak zaplanować i wykonać (lub komu zlecić) badanie marketingowe.	W1, W2	Wykład
3.	Zasady tworzenia skutecznych kampanii promocyjnych; Rodzaje kampanii promocyjnych. Marketing w handlu i usługach.	W2	Wykład
4.	Marketing internetowy; nowe media w marketingu i ich wykorzystanie, marketing w mediach społecznych.	W2, U2	Wykład, Ćwiczenia
5.	Promocja i marketing branży medycznej; na czym polega marketing usług i/lub produktów medycznych? Jak skutecznie promować salon optyczny i gabinet optometryczny? Reklama usług optycznych i optometrycznych oraz produktów do ochrony wzroku.	W2, W3, U1, U2	Wykład, Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
6.	Budowanie dobrego wizerunku marki modowej – marketing na przykładzie wybranych marek okularowych.	W3, U2, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Praca z tekstem
Ćwiczenia	Praca z tekstem, Metoda analizy przypadków, Metoda projektu, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Wynik pozytywny (>60%) z końcowego zaliczenia pisemnego Aktywny udział w zajęciach.
Ćwiczenia	Wynik pozytywny (>60%) z końcowego zaliczenia pisemnego. Wynik pozytywny (>60%) z końcowego projektu zaliczeniowego. Ocena końcowa jest średnią ww. ocen częściowych.

Literatura

Obowiązkowa

1. Eugeniusz Michalski, Marketing. Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017
2. Krzysztof Fonfara, Marketing międzynarodowy. Współczesne trendy i praktyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2014
3. Agnieszka Bukowska-Piestrzyńska, Marketing usług zdrowotnych, Wydawnictwo CeDeWu Sp. z o.o, 2022

Dodatkowa

1. Marketing. Koncepcja skutecznych działań, red. L. Garbarski, PWE, Warszawa 2011
2. Wskazane przez osobę prowadzącą zajęcia artykuły z czasopisma branżowego „Optyka” dotyczące marketingu branży optycznej i optometrycznej

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15
Ćwiczenia	15
Przygotowanie do zajęć	5
Czytanie wskazanej literatury	10
Przygotowanie projektu	10
Przygotowanie do zaliczenia	5

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
OKO_K1_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących działania w zakresie optyki okularowej, optometrii oraz opieki nad widzeniem;
OKO_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do porozumiewania się ze specjalistami (również z dziedzin pokrewnych), klientami i pacjentami w zakresie optyki okularowej i optometrii;
OKO_K1_U09	Absolwent/ka potrafi kompetentnie obsłużyć klienta zakładu/salonu optycznego;
OKO_K1_U12	Absolwent/ka potrafi zaplanować i zrealizować działania o charakterze projektów naukowych lub eksperckich z uwzględnieniem zasad ochrony własności intelektualnej;
OKO_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie proces widzenia, szczególnie jego ochronę i usprawnienia, a także zachowanie oraz rozwój tego procesu, zna podstawowe wady wzroku oraz metody ich korekcji;
OKO_K1_W14	Absolwent/ka zna i rozumie specjalistyczną terminologię nauk medycznych i nauk o zdrowiu w zakresie niezbędnym dla wykonywania zawodu optyka okularowego i optometrysty;
OKO_K1_W15	Absolwent/ka zna i rozumie ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w szczególności w zakresie tworzenia i prowadzenia zakładów optycznych i gabinetów optometrycznych;
OKO_K1_W19	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zasady korzystania z zasobów informacji patentowej szczególnie z zakresu nauki o widzeniu;