



Wyższa Szkoła Lingwistyczna w Częstochowie

rok akademicki: 2023/2024

WYDZIAŁ HUMANISTYCZNO-SPOŁECZNY

| | | | | | | |
|--|---|--------------------------------------|-------------|-----|--------------------|----------------------------|
| Nazwa przedmiotu w języku polskim: | Warsztaty biznesowe II | | | | | |
| Kod przedmiotu: | C.18 | | | | | |
| Kierunek studiów: | Filologia | | | | | |
| Specjalność / specjalizacja: | Filologia germańska/ Język niemiecki w biznesie | | | | | |
| Profil studiów: | praktyczny | Poziom studiów: | II stopień | | | |
| Nazwa modułu programu: | specjalizacyjny | Semestr studiów: | I,II,III,IV | | | |
| Forma zaliczenia przedmiotu: | zaliczenie z oceną | Język w jakim prowadzone są zajęcia: | polski | | | |
| Osoby prowadzące zajęcia (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko): | mgr Angelika Dąbek | | | | | |
| Tryb studiów | Forma zajęć | | | | Liczba godzin (BK) | Ogólna liczba punktów ECTS |
| | W | Ćw | S | Kon | | |
| tryb stacjonarny | 0 | 72 | 0 | 20 | 82 | 6 |
| tryb niestacjonarny | 0 | 48 | 0 | 20 | 68 | 6 |

Cel przedmiotu

| | |
|-------------------|---|
| C1. | Zapoznanie studentów z możliwościami budowania i wzmacniania marki osobistej w digital marketingu – również na podstawie przykładów znanych brandów osobistych. Zapoznanie studentów z procesem budowania marki osobistej w digital marketingu z wykorzystaniem pozycjonowania czy filarów marki. |
| C2. | Zapoznanie studentów z narzędziami oraz możliwościami budowania marki osobistej w digital marketingu |
| Wymagania wstępne | Znajomość języka niemieckiego na poziomie C1 |

| Przedmiotowe efekty uczenia się | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się | Sposób weryfikacji efektów uczenia się ¹ |
|--|---|---|
| WIEDZA | | |
| 1. Posiada wiedzę o miejscu oraz sile oraz możliwościach płynących z budowania silnej marki osobistej w sieci – bez względu na to, czy ma to na celu pozyskiwanie klientów czy też podniesienie atrakcyjności studenta | F1_W01 | aktywność na zajęciach, zadania do wykonania |

¹ egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, prezentacja, kolokwium, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

| | | | |
|----|--|--------|--|
| | jako potencjalnego pracownika na rynku pracy (semestry I-IV) | | |
| 2. | Posiada wiedzę o najważniejszych kierunkach rozwoju i nowych osiągnięciach z zakresu budowania marki osobistej (semestry I-IV) | F1_W15 | aktywność na zajęciach, zadania do wykonania |
| 3. | Posiada informacje na temat źródeł wiedzy i inspiracji na temat wzmacniania marki osobistej w sieci. Poznaje podstawy takich narzędzi jak Google Ads czy obecności w serwisie LinkedIn (semestry I-IV) | F1_W15 | aktywność na zajęciach, zadania do wykonania |
| 4. | Posiada wiedzę z zakresu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych – wie, w jaki sposób i za pomocą jakich narzędzi skutecznie komunikować biznes (semestry I-IV) | F1_W18 | aktywność na zajęciach, zadania do wykonania |

UMIĘJĘTNOŚCI

| | | | |
|----|---|--------|----------------------|
| 1. | Potrafi właściwie korzystać ze zdobytej wiedzy, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje w zakresie studiowanego kierunku z wykorzystaniem różnych źródeł, niezbędne do realizacji typowych zadań mających na celu komunikację i promocję biznesu za pomocą mediów społecznościowych (semestry I-IV) | F1_U04 | zadania do wykonania |
| 2. | Potrafi zaplanować i przygotować kompaktową koncepcję komunikowania marki osobistej w sieci – uwzględniając takie jej elementy jak pozycjonowanie czy filary marki. (semestry I-IV) | F1_U05 | zadania do wykonania |
| 3. | Potrafi przygotować atrakcyjne oraz skuteczne treści wykorzystywane w komunikacji oraz promocji marki osobistej w sieci. Potrafi za ich pomocą wzmacniać pożądany wizerunek w oczach potencjalnego pracodawcy lub też pozyskiwać klientów dla siebie. (semestry I-IV) | F1_U05 | zadania do wykonania |
| 4. | Potrafi wykorzystać umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z budowaniem oraz wzmacnianiem wizerunku marki osobistej w sieci. (semestry I-IV) | F1_U11 | zadania do wykonania |

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

| | | | |
|----|---|--------|----------------------|
| 1. | Jest gotów do krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności w trakcie prowadzenia działalności zawodowej (semestry I-IV) | F1_K01 | zadania do wykonania |
| 2. | Jest gotów do zachowania się w sposób profesjonalny i do przestrzegania zasad etyki zawodowej, wykazywania cech refleksyjnego praktyka, poszanowania własności intelektualnej (semestry I-IV) | F1_K03 | zadania do wykonania |

| Treści kształcenia (program zajęć) | Liczba godzin | |
|------------------------------------|---------------|---|
| | S | N |
| ĆWICZENIA | | |
| Semestr I | | |

| | | | |
|---------------------------------|--|-----------|-----------|
| C1 | Pozycjonowanie – analiza marek konkurencyjnych | 4 | 4 |
| C2 | Analiza marki | 4 | 4 |
| C3 | Kto jest Twoim klientem | 4 | 4 |
| Razem: | | 12 | 12 |
| Forma zaliczenia ² : | zadania do wykonania, dyskusja | | |
| Semestr II | | | |
| C1 | Modele ścieżek zakupowych klienta | 4 | 4 |
| C2 | Silna marka osobista – wywiad z ekspertem | 4 | 4 |
| C3 | Promocja marki – jak opracować cel działań | 4 | 4 |
| Razem: | | 12 | 12 |
| Forma zaliczenia ² : | zadanie do wykonania, dyskusja | | |
| Semestr III | | | |
| C1 | Dywersyfikacja działań w digitalu – dlaczego jest ważna | 8 | 4 |
| C2 | Jak edukować klientów poprzez komunikację marki – dlaczego warto | 8 | 4 |
| C3 | TikTok i najważniejsze podstawy | 8 | 4 |
| Razem: | | 24 | 12 |
| Forma zaliczenia ² : | zadanie do wykonania, dyskusja | | |
| Semestr VI | | | |
| C1 | Od czego zacząć promocję marki w Internecie | 8 | 4 |
| C2 | Promocja marki w wyszukiwarce – rozmowa z ekspertem | 8 | 4 |
| C3 | Model job to be done | 8 | 4 |
| Razem: | | 24 | 12 |
| Forma zaliczenia ² : | zadanie do wykonania, dyskusja | | |

Konsultacje (egzamin, przygotowanie do egzaminu i prac etapowych, instruktarze, omówienie wyników egzaminu/zaliczenia)

² kolokwium, projekt, prezentacja, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

| | | |
|--|----|----|
| Omówienie wyników zaliczenia – komentarz do każdego zrealizowanego zadania ze wskazówkami co do ewentualnych ulepszeń. | 20 | 20 |
|--|----|----|

| |
|---|
| Narzędzia, metody dydaktyczne i formy prowadzenia zajęć |
| laptop, rzutnik multimedialny |
| metody podające: wykład informacyjny |
| metody praktyczne: wykonywanie ćwiczeń i zadań w kursie |
| metody aktywizujące: burza mózgów, praca indywidualna |

| |
|--|
| Forma zaliczenia przedmiotu (egzamin pisemny/ustny/praktyczny; zaliczanie na ocenę) |
|--|

| |
|---------------------------|
| Zaliczenie z oceną |
|---------------------------|

| Potwierdzenie poziomu osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się (warunki zaliczenia) | | |
|---|---|---|
| Nr efektu uczenia się | Sposób weryfikacji efektów uczenia się (forma zaliczeń) | Kryteria oceny osiągnięcia danego efektu uczenia się (tj. określenie wymagań na poszczególne oceny) |
| Zaliczenie na ocenę (ćwiczenia) | | |
| WIEDZA | | |
| 1. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 2. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 3. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 4. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| UMIEJĘTNOŚCI | | |

| | | |
|----|----------------------|---|
| 1. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 2. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 3 | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 4 | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

| | | |
|----|----------------------|---|
| 1. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |
| 2. | zadania do wykonania | Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0) |

Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)

| Forma aktywności: | | Obciążenie studenta (liczba godzin) | |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|----|
| | | S | N |
| 1. | udział w zajęciach | 72 | 48 |
| 2. | konsultacje z prowadzącym | 20 | 20 |
| 3. | samodzielne przygotowanie do zajęć | 30 | 40 |
| 4. | przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 20 | 30 |

| | | | |
|----------------------|-----------------------------|------------|------------|
| 5. | zapoznanie się z literaturą | 8 | 12 |
| Suma godzin: | | 150 | 150 |
| Liczba punktów ECTS: | | 6 | 6 |

Literatura podstawowa:

1. M. Philip Kotler, Marketing 5.0, MT Biznes, 2021
2. Joanna Malinowska Parzydło, Jesteś marką, Onepress 2015
3. Piotr Bucki, Sapiens na zakupach, Wydawnictwo PWN, 2022

Literatura uzupełniająca:

1. Anna Ledwoń Blacha, Strategiczne podejście do działania w Social Mediach, Onepress 2023

Przydatne informacje:

1. Biblioteka zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej
2. Kontakt do prowadzącego zajęcia – a.dabek@wsl.edu.pl