



Wyższa Szkoła Lingwistyczna w Częstochowie

rok akademicki: 2023/2024

## WYDZIAŁ HUMANISTYCZNO-SPOŁECZNY

Nazwa przedmiotu w języku polskim:		<b>Warsztaty biznesowe II</b>				
Kod przedmiotu:		C.18				
Kierunek studiów:	Filologia					
Specjalność / specjalizacja:	Filologia angielska/ Język angielski 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/angielski			
Osoby prowadzące zajęcia (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko):		mgr Angelika Dąbek				
Tryb studiów	Forma zajęć				Liczba godzin (BK)	Ogólna liczba punktów ECTS
	<b>W</b>	<b>Ćw</b>	<b>S</b>	<b>Kon</b>		
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 wzmocnienia 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	Student powinien prezentować znajomość języka angielskiego na poziomie C1

Przedmiotowe efekty uczenia się		Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się <sup>1</sup>
<b>WIEDZA</b>			
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	F1_W01	aktywność na zajęciach, zadania

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

	też podniesienie atrakcyjności studenta 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
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
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

#### UMIĘTNOŚCI

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 pożądaną 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
<b>ĆWICZENIA</b>			
Semestr I			
C1	Pozycjonowanie – analiza marek konkurencyjnych	4	4
C2	Analiza marki	4	4

C3	Kto jest Twoim klientem	4	4
<b>Razem:</b>		<b>12</b>	<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>2</sup> :	zadania do wykonania, dyskusja		
<b>Semestr II</b>			
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
<b>Razem:</b>		<b>12</b>	<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>2</sup> :	zadanie do wykonania, dyskusja		
<b>Semestr III</b>			
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
<b>Razem:</b>		<b>24</b>	<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>2</sup> :	zadanie do wykonania, dyskusja		
<b>Semestr VI</b>			
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
<b>Razem:</b>		<b>24</b>	<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>2</sup> :	zadanie do wykonania, dyskusja		

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

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

<sup>2</sup> kolokwium, projekt, prezentacja, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

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

**Zaliczenie z oceną**

<b>Potwierdzenie poziomu osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się (warunki zaliczenia)</b>		
<b>Nr efektu uczenia się</b>	<b>Sposób weryfikacji efektów uczenia się (forma zaliczeń)</b>	<b>Kryteria oceny osiągnięcia danego efektu uczenia się (tj. określenie wymagań na poszczególne oceny)</b>
<b>Zaliczenie na ocenę (ćwiczenia)</b>		
<b>WIEDZA</b>		
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)
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
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)
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
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)

<b>Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)</b>			
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:		<b>150</b>	<b>150</b>
Liczba punktów ECTS:		<b>6</b>	<b>6</b>

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