


SYLABUS PRZEDMIOTU

		Wyższa Szkoła Lingwistyczna w Częstochowie	
		rok akademicki: 2022/2023	
WYDZIAŁ HUMANISTYCZNO-SPOŁECZNY			
Nazwa przedmiotu w języku polskim:		Warsztaty biznesowe 2	
Kod przedmiotu:		JNwB C.5	
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/angielski
Osoby prowadzące zajęcia (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko):		mgr Angelika Dąbek	
<i>Tryb studiów</i>	<i>Forma zajęć</i>		<i>Ogólna liczba punktów ECTS</i>
	W	Ćw	
tryb niestacjonarny	0	48	12

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 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 jako potencjalnego pracownika na rynku pracy (semestry I-IV)	F1_W01	aktywność na zajęciach, zadania
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 wzmocnienia 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
UMIEJĘTNOŚCI			
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 wzmocnić 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 wzmocnieniem 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

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

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

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

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)

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