

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. JERZEGO KUKUCZKI W KATOWICACH						
WYDZIAŁ FIZJOTERAPII						
KIERUNEK: ODNOWA BIOLOGICZNA						
PROFIL KSZTAŁCENIA: PRAKTYCZNY						
GRUPA ZAJĘĆ	A. GRUPA ZAJĘĆ PODSTAWOWYCH (ZP)					
Moduł	2B: Zajęcia prawno-ekonomicznych					
Nazwa zajęć	Zarządzanie i marketing usług w odnowie biologicznej					
Rodzaj zajęć	Obowiązkowe					
Koordynator zajęć/ email	k.cieslikowski@awf.katowice.pl					
Treści programowe zajęć oparte na dorobku naukowym pracowników AWF w Katowicach						Tak
Liczba godzin w poszczególnych semestrach i punkty ECTS	I ROK		II ROK		III ROK	
	sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem. 4	sem. 5	sem. 6
Wykład (godz./ECTS)						
Ćwiczenia (godz./ECTS)	26/ 1					
Praca własna (godz./ECTS)	26/1					
OCENA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Zaliczenie na OCENĘ.					
CELE ZAJĘĆ	1. Zapoznanie się z procesem zarządzania marketingowego organizacji usługowej 2. Wypracowanie umiejętności realizacji kampanii promocyjnej i jej oceny w warunkach konkurencji rynkowej					
EFEKTY UCZENIA SIĘ	KOD EFEKTU, TRESC EFEKTU					
Wiedza – efekty wymienione w programie studiów kierunku Odnowa biologiczna	K_W26 Ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o zarządzaniu i marketingu oraz ich relacjach do innych nauk.					
Wiedza – efekty NIE wymienione w programie studiów kierunku Odnowa biologiczna	Ma wiedzę o rynku usług odnowy biologicznej – zarówno stronie podażowej, jak i popytowej					
Umiejętności – efekty wymienione w programie studiów kierunku Odnowa biologiczna	K_U23 Potrafi generować rozwiązania konkretnych problemów z dziedziny zarządzania i marketingu oraz prognozować przebieg ich rozwiązywania oraz przewidywać skutki planowanych działań.					
Umiejętności – efekty NIE wymienione w programie studiów kierunku Odnowa biologiczna	Potrafi wskazywać rozwiązania w zakresie określonych narzędzi marketingowych na przykładzie istniejących już przedsiębiorstw					
Kompetencje społeczne wymienione w programie studiów kierunku Odnowa biologiczna	Swobodnie potrafi identyfikować kluczowe problemy marketingu na rynkach usługowych a także podejmuje dyskusje z innymi osobami w tym zakresie					
WARUNKI WSTĘPNE	Brak					
TEMATYKA ZAJĘĆ						
1. Marketing i zarządzanie w teorii i praktyce 2. STP – jako kluczowe elementy zarządzania strategicznego w marketingu 3. Współczesne podejście do marketingu mix na rynkach usługowych 4. Planowanie produktu 5. Planowanie ceny 6. Planowanie promocji 7. Planowanie dystrybucji 8. Analiza marketingowa na potrzeby doskonalenia usług i rozwoju organizacji						
LITERATURA PODSTAWOWA (* - numer z gwiazdką oznacza dzieło pracownika AWF w Katowicach)						
1. Bukowska-Piastrzyńska A.: Marketing usług zdrowotnych. od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klientów. CeDeWu, Warszawa 2023 2. Grzeganeek-Więcek B., Kantyka J., Hadzik A., Cieslikowski K.: Anatomia organizacji sportowych i turystycznych, Katowice, Wydawnictwo AWF Katowice 2014 3. Kotler P.: Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Felberg 1999						
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA (* - numer z gwiazdką oznacza dzieło pracownika AWF w Katowicach)						
1. Kantyka J., Cieslikowski K.: Organizacja i koncepcja marketingu w przedsiębiorstwach rekreacyjnych na przykładzie fitness klubów z województwa śląskiego. W: Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Numer 9, Tom 19, 2018 2. Mroczek-Czetwertyńska A, Rapacz A.: Popyt na usługi Spa & Wellness i możliwości jego zaspokojenia na przykładzie Dolnego Śląska. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług 2012, nr 84, s. 579-592						
WYBRANE PUBLIKACJE NAUKOWE PRACOWNIKÓW AWF W KATOWICACH DOTYCZĄCE TEMATYKI PRZEDMIOTU						
1. Kantyka J., Cieslikowski K.: Organizacja i koncepcja marketingu w przedsiębiorstwach rekreacyjnych na przykładzie						

fitness klubów z województwa śląskiego. W: Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Numer 9, Tom 19, 2018	
METODY NAUCZANIA	Prezentacja multimedialna, dyskusje ze studentami nt. podejmowanych przykładów i realizowanych przez nich projektów
POMOCE NAUKOWE	brak
PROJEKTY	Stopniowo realizowane projekty zaliczeniowe – podejmowane w dyskusjach kluczowe problemy zarządzania marketingowego
METODY ZALICZENIA	Projekt zaliczeniowy – prezentacje procesu zarządzania marketingowego na przykładzie organizacji rynkowej posiadającej w ofercie elementu usług odnowy biologicznej
KRYTERIA OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	<p>KRYTERIA OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:</p> <p>2,0 – Student nie potrafi wykonać projektu. Nie opanował materiału programowego przedmiotu.</p> <p>3,0 – Student potrafi wykonać projekt zaliczeniowy w stopniu podstawowym tylko według typowego, jednego schematu. Wykazuje nieliczne braki w wiedzy.</p> <p>3,5 – Student potrafi wykonać projekt w stopniu podstawowym przeważnie według jednego schematu.</p> <p>4,0 – Student potrafi wykonać projekt w stopniu zadawalającym. Wykazuje opanowanie wiedzy w stopniu dobrym, poprawnie rozumuje w kategoriach przyczynowo – skutkowych, swobodnie formułuje treści.</p> <p>4,5 – Student potrafi wykonać oceniany projekt w stopniu zadawalającym oraz potrafi wskazać rozwiązania alternatywne.</p> <p>5,0 – Student potrafi wykonać projekt w stopniu wybitnym oraz potrafi wskazać i wykonać rozwiązania alternatywne. W stopniu ponad przeciętnym opanował materiał programowy.</p>

