

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Zintegrowana komunikacja w biznesie międzynarodowym

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie, studia II stopnia
Liczba punktów ECTS	4
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Biznes i marketing międzynarodowy
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	II/4
Osoba koordynująca przedmiot:	Koordinator przedmiotu
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Przedmioty z semestrów 1-3

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	14	28			14			4	6	66	4
Studia niestacjonarne	8	18			10			2	4	42	4

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)
<u>Wykład</u> / <u>Ćwiczenia</u> / <u>Warsztat</u> / <u>Projekt</u> / Laboratorium	<u>Wykład z dyskusją ukierunkowaną</u> <u>wykład z prezentacją multimedialną</u> <u>case study,</u> metoda sytuacyjna, <u>metoda projektów,</u> <u>dyskusja dydaktyczna.</u> Ćwiczenia rachunkowe Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne: zajęcia projektowe, warsztaty

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ
Z ODNIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol

Wiedza:		
P_W01	Objasnia koncepcje kształtowania wizerunku firmy, produktu i budowania reputacji, relacji z klientem.	K2P_W02 K2P_W04 K2P_W16
P_W02	Wyjaśnia pojęcia, prawidłowości i problemy współczesnej komunikacji.	K2P_W02 K2P_W04 K2P_W16
P_W03	Wyjaśnia koncepcję communication mix.	K2P_W02 K2P_W04 K2P_W16
Umiejętności:		
P_U01	Potrafi zaplanować, dobrać narzędzia oraz zrealizować proces budowania wizerunku firmy, produktu i reputacji.	K2P_U01 K2P_U04
P_U02	Potrafi planować i realizować proces relacji z klientem.	K2P_U05 K2P_U12
P_U03	Potrafi praktycznie zastosować instrumentarium communication mix w działalności przedsiębiorstw.	K2P_U05 K2P_U12
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Jest gotowy do samodzielnego pogłębiania i aktualizowania swojej wiedzy w zakresie zintegrowanej komunikacji w biznesie międzynarodowym	K2P_K01 K2P_K02
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Istota zintegrowanej komunikacji w biznesie międzynarodowym	P_W01, P_W02
W2	Etapy budowy skutecznej komunikacji w biznesie międzynarodowym	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
W3	Zasady i metody budżetowania.	P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
W4	Kształtowanie relacji z otoczeniem. Wizerunek przedsiębiorstw elementem komunikacji z otoczeniem.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Lp.	Ćwiczenia/projekt	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Ćw1	Masowa zintegrowana komunikacja w biznesie międzynarodowym (reklama, promocja, sprzedaży, public relations, sprzedaż osobista). Bezpośrednia komunikacja w biznesie międzynarodowym	P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw 2	Wpływ zintegrowanej komunikacji w biznesie międzynarodowym na zachowania klientów.	P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01

P1	Nowe zjawiska komunikacji w biznesie międzynarodowym. Społeczna odpowiedzialność komunikacji.	P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Wykład	Test wiedzy	P_W01-P_W03, P_U01-P_U03, P_K01
Ćwiczenia	Praca pisemna. Zadanie praktyczne	P_W01-P_W03, P_U01-P_U03, P_K01
Projekt	Obserwacja i ocena realizacji zadania praktycznego	P_W01-P_W03, P_U01-P_U03, P_K01
WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe		
	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu, INNE	
Wykład	Pozytywnie zaliczony test wiedzy	P_W01-P_W03, P_U01-P_U03, P_K01
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna i zadanie praktyczne	P_W01-P_W03, P_U01-P_U03, P_K01
Projekt	Pozytywna ocena projektu, pozytywna ocena aktywności na zajęciach	P_W01-P_W03, P_U01-P_U03, P_K01
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS		
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	66	42
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	42	26
1.2. Egzaminy/zaliczenia - liczba godzin	6	4
1.3. Zajęcia projektowe	14	10
1.4. Udział w konsultacjach - liczba godzin	4	2
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	34	58
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100/4	100/4
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu:		
– Jaworowicz M.,Jaworowicz P., Skuteczna komunikacja w nowoczesnej organizacji, wyd. Difin 2017.		
– Taranko T., Komunikacja marketingowa Istota uwarunkowania efekty, Wolters Kluwer, Warszawa 2015.		
– Wiktor J., Komunikacja marketingowa. Modele, struktury, formy przekazu, PWN, Warszawa 2013		

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Rozwadowska B., Public Relations. Teoria, praktyka, perspektywy, Warszawa 2002.
- Stępowski R., Komunikacja marketingowa 2030, Słowa i Myśli, Lublin 2016.
- Tesławski M., Dłużniewska D., Graszewicz M., Kalkhoff M., Strategia marketingowa Instrukcja budowy silnej marki, Słowa i Myśli, Lublin 2015.
- Tkaczyk P., Zakamarki marki, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2011.
-