

## KARTA ZAJĘĆ (SYLABUS)

### 1. Zajęcia i ich usytuowanie w harmonogramie realizacji programu

1	Jednostka prowadząca kierunek studiów	Instytut Humanistyczno-Artystyczny
2	Nazwa kierunku studiów	Filologia angielska
3	Forma prowadzenia studiów	stacjonarne
4	Profil studiów	praktyczny
5	Poziom kształcenia	Studia I stopnia
6	Nazwa przedmiotu	Budowanie marki
7	Kod przedmiotu	IHA-MK-06
8	Poziom/kategoria przedmiotu	przedmiot specjalizacyjny
9	Status przedmiotu	fakultatywny: ograniczonego wyboru
10	Usytuowanie zajęć w harmonogramie realizacji zajęć	Semestr IV
11	Język wykładowy	angielski
12	Liczba punktów ECTS	2
13	Koordinator zajęć	mgr Monika Adamowicz
14	Odpowiedzialny za realizację zajęć	

### 2. Formy zajęć dydaktycznych i ich wymiar w harmonogramie realizacji programu studiów

Wykład W	Ćwiczenia C	Konwersatorium K	Laboratorium L	Projekt P	Praktyka PZ
30	-	-	-	-	-

### 3. Cele przedmiotu

C\_01 – student wykorzystuje kompetencje językowe wykształcone na innych przedmiotach

C\_02 - student systematyzuje i poszerza swoją wiedzę językową oraz umiejętności z zakresu wykorzystania technologii

C\_03 - student wykształca postawy warunkujące sprawne i odpowiedzialne funkcjonowanie we współczesnym świecie

### 4. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

- Znajomość słownictwa i technik pisania na poziomie B2.
- Znajomość podstawowych funkcji edytora tekstu (Word, Pages lub inne).
- Umiejętność korzystania ze źródeł informacji w języku angielskim.

## 5. Efekty uczenia się dla zajęć, wraz z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

Lp.	Opis efektów kształcenia	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
W_01	student zna wprowadzone podczas zajęć zagadnienia tematyczne	K_W01
W_02	student zna podstawową terminologię z zakresu omawianych zagadnień	K_W01
W_03	student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady ochrony własności intelektualnej oraz prawa autorskiego	K_W12
W_04	student ma podstawową wiedzę z zakresu tworzenia prac pisemnych o charakterze ogólnym odnoszących się do różnych dziedzin życia	K_W10
W_05	student rozumie funkcjonowanie człowieka w strukturze społecznej oraz instytucjach kulturalnych w Polsce i w krajach angielskiego obszaru językowego, powiązania historii i kultury tych krajów	K_W09
U_01	student potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu technologii informacyjnej do wykonywanych ćwiczeń	K_U09
K_01	student w sposób świadomy kieruje swoim rozwojem intelektualnym, emocjonalnym i społecznym; student rozwija umiejętność dokonywania samooceny własnej nauki; student potrafi współdziałać w grupie, także wielonarodowościowej; umiejętność dokonywania samooceny własnej nauki	K_K04

## 6. Treści kształcenia – oddzielnie dla każdej formy zajęć dydaktycznych

### Wykład

Lp.	Tematyka zajęć – szczegółowy opis bloków tematycznych wg form dydaktycznych	Liczba godzin
W_1	Zapoznanie z celami i tematyką zajęć, warunkami zaliczenia, szczegółowymi kryteriami oceniania oraz specyfiką zajęć. Co to jest <i>branding</i> ?	2
W_2	Budowanie zespołu i tworzenie kodeksu honorowego	2
W_3	Insight konsumencki	2
W_4	Opowiadanie historii a budowanie marki	2
W_5	Elementy spójnego wizerunku marki	3
W_6	Komunikacja z klientem	3
W_7	Marka osobista	4

W_8	Branding w miejscu pracy; marka osobista studenta	2
W_9	Budowanie marki a kompetencje jutra	2
W_10	Znaczenie i wykorzystanie mediów społecznościowych w budowaniu marki	2
W_11	Studia przypadków	3
W_12	Kolokwium i informacja zwrotna	2
W_13	Podsumowanie wiadomości i osiągniętych efektów kształcenia	1
	<b>SUMA:</b>	30

### 7. Metody weryfikacji efektów kształcenia w odniesieniu do poszczególnych efektów

Efekt kształcenia	Forma weryfikacji						
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawdzian wejściowy	Sprawozdanie	Inne
W_01			x				
W_02			x				
W_03			x				
W_04			x				
W_05			x				
U_01			x				
K_01							obserwacja pracy studenta

### 8. Narzędzia dydaktyczne

Symbol	Forma zajęć
N1	wykład z wykorzystaniem platformy e-learningowej, projektora i/lub podręcznika
N2	wykład konwersatoryjny
N3	wykład problemowy
N4	burza mózgów
N5	studium przypadku

### 9. Ocena osiągniętych efektów uczenia się

#### 9.1 Sposoby oceny

Ocena formująca

F1	obserwacja podczas zajęć/aktywność
----	------------------------------------

### Ocena podsumowująca

P1	kolokwium
----	-----------

### 9.2 Kryteria oceny

	Na ocenę 3	Na ocenę 3,5	Na ocenę 4	Na ocenę 4,5	Na ocenę 5
W_01 W_02 W_03 W_04 W_05 U_01	Student zalicza zadania i projekty ze średnim wynikiem 60-69%	Student zalicza zadania i projekty ze średnim wynikiem 70-74%	Student zalicza zadania i projekty ze średnim wynikiem 75-84%	Student zalicza zadania i projekty ze średnim wynikiem 85-89%	Student zalicza zadania i projekty ze średnim wynikiem 90-100%
K_01	Student w zadowalającym stopniu ma świadomość poziomu swojej wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie przedmiotu		Student w dużym stopniu ma świadomość poziomu swojej wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie przedmiotu		Student ma wysoką świadomość poziomu swojej wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie przedmiotu

## 10. Literatura

### 10.1 podstawowa

Collins, J. 2001. *Good To Great: Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't*. Random House Business

Hammond, K.L. 2017. *Branding: Brand Identity, Brand Strategy, and Brand Development*. CreateSpace Independent Publishing Platform

Johnson, M. 2016. *Branding In Five and a Half Steps*. Thames and Hudson Ltd

Jones, R. 2017. *Branding: A Very Short Introduction*. Oxford University Press

Malinic, R. 2019. *Book of Branding – a guide to creating brand identity for startups and beyond*. Brand Nu Ltd

Ries, A. 2000. *The 22 Immutable Laws of Branding*. Profile Books

Sinek, S. 2011. *Start With Why: How Great Leaders Inspire Everyone To Take Action*. Penguin

Wheeler, A. 2017. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Wiley

### 10.2 uzupełniająca

Carson, M. *Introduction to Personal Branding: Ten Steps Toward A New Professional You*. CreateSpace Independent Publishing Platform

Grzesiak, M. 2019. *Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą*. Onepress

Long, S. 2020. *LinkedIn for Personal Branding: The Ultimate Guide*.

<https://pawelkaczyk.com/>

<https://joannaceplin.pl/>

<https://www.personalbrandingblog.com/>

<https://www.ican.pl/>

## 11. Macierz realizacji zajęć

Symbol efektu uczenia się	Odniesienie efektu do efektów zdefiniowanych dla programu	Cele zajęć	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposoby oceny
W_01	K_W01	C_01-03	W_1-13	N1-N5	F1, P1
W_02	K_W01	C_01-03	W_1-13	N1-N5	F1, P1
W_03	K_W12	C_01-03	W_1-13	N1-N5	F1, P1
W_04	K_W10	C_01-03	W_1-13	N1-N5	F1, P1
W_05	K_W09	C_01-03	W_1-13	N1-N5	F1, P1
U_01	K_U09	C_01-03	W_1-13	N2-N5	F1, P1
K_01	K_K04	C_01-03	W_1-13	N1-N5	F1

## 12. Obciążenie pracą studenta

<b>Forma aktywności</b>	<b>Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności</b>
Udział w wykładach	30
Udział w ćwiczeniach	-
Udział w konwersatoriach/laboratoriach/projektach	-
Udział w praktyce zawodowej	-
Udział nauczyciela akademickiego w egzaminie	-
Udział w konsultacjach	1
<b>Suma godzin kontaktowych</b>	<b>31</b>
Samodzielne studiowanie treści wykładów	10
Samodzielne przygotowanie do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	8
Przygotowanie do konsultacji	1
Przygotowanie do egzaminu i kolokwiów	8
<b>Suma godzin pracy własnej studenta</b>	<b>27</b>
<b>Sumaryczne obciążenie studenta</b>	<b>58</b>
Liczba punktów ECTS za zajęcia	2
Obciążenie studenta zajęciami kształtującymi umiejętności praktyczne	8
Liczba punktów ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	2

## 13. Zatwierdzenie karty przedmiotu do realizacji

1. Odpowiedzialny za przedmiot: mgr Monika Adamowicz
2. Dyrektor Instytutu: dr Irena Kozimala

Przemyśl, 30/09/2021