

<b>1. Field of study</b>	<b>Human Resource Management</b>
2. Faculty	Faculty of Social Sciences
3. Academic year of entry	2019/2020 (winter term), 2020/2021 (winter term), 2021/2022 (winter term), 2022/2023 (winter term)
4. Level of qualifications/degree	first-cycle studies
5. Degree profile	practical
6. Mode of study	full-time

**Module:** Wizualne elementy budowania marki

**Module code:** 06-ZZL-S1-WEBM

**1. Number of the ECTS credits:** 3

<b>2. Learning outcomes of the module</b>			
<b>code</b>	<b>description</b>	<b>learning outcomes of the programme</b>	<b>level of competence (scale 1-5)</b>
WEBM_1	Student zna i rozumie zasady kreowania wizerunku instytucji oraz zna narzędzia używane do tego celu.	ZZL1_W01 ZZL1_W02	3 3
WEBM_2	Student zna metodykę działań wizerunkowych oraz ma rozeznanie w nowoczesnych działaniach medialnych identyfikujących instytucje oraz eksponujących ich charakter.	ZZL1_W09 ZZL1_W10	3 3
WEBM_3	Student posiada umiejętność przygotowania briefu projektowego dotyczącego instytucji na potrzeby branding	ZZL1_U01 ZZL1_U10	4 4
WEBM_4	Student posiada umiejętność oceny merytorycznej kampanii wizerunkowej, a zwłaszcza jej elementów wizualnych; potrafi przeprowadzić krytyczną analizę	ZZL1_U01 ZZL1_U12	4 4
WEBM_5	Student rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do rozwiązywanych problemów, integrowania wiedzy z różnych dyscyplin oraz praktykowania samokształcenia służącego pogłębieniu zdobytej wiedzy	ZZL1_K01	4
WEBM_6	Student potrafi współdziałać i pracować w grupie, a także komunikować się i współpracować ze specjalistami innych specjalności	ZZL1_K07 ZZL1_K08	4 4

### **3. Module description**

<b>Description</b>	Moduł prowadzony jest w formie wykładów i ćwiczeń. Celem przedmiotu jest zaznajomienie z potencjałem i możliwościami komunikowania za pomocą środków wizualnych, a także wprowadzenia studentów w zagadnienia tworzenia spójnych i skutecznych form wizualnego wizerunku instytucji. Studenci zostaną przygotowani do analizy wizerunku instytucji w kontekście możliwych działań marketingowych i promocyjnych oraz wprowadzeni w zagadnienia przygotowania i organizacji działań wizerunkowych we współpracy z odpowiednimi specjalistami.
--------------------	--

<b>Prerequisites</b>	Znajomość podstaw marketingu, podstawowa wiedza dotycząca kształtowania wizerunku
----------------------	---

#### 4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
WEBM_w1	Ocena ciągła	analiza umiejętności definiowania i rozwiązywania problemów badawczych, obecność i aktywność podczas ćwiczeń, efektywność pracy zespołowej, kreatywność	WEBM_1, WEBM_3, WEBM_4, WEBM_5
WEBM_w2	Praca zaliczeniowa	przygotowanie projektu definiującego potrzeby marketingowe i wizerunkowe organizacji uwzględniającego jej charakter; prezentacja projektu	WEBM_1, WEBM_2, WEBM_3, WEBM_6

#### 5. Forms of teaching

code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
WEBM_fs1	lecture	prezentacja multimedialna, uczenie się w oparciu o problem, analiza przypadków	15	studia literaturowe – praca z zaproponowanymi pozycjami bibliograficznymi	30	WEBM_w2
WEBM_fs2	practical classes	praca indywidualna i zespołowa, analizy studium przypadku, dyskusje problemowe, rozwiązywanie zadań oraz prezentacja pracy zaliczeniowej	15	studia literaturowe, przygotowanie do dyskusji i zadań realizowanych podczas ćwiczeń; przygotowanie pracy zaliczeniowej obejmujące projekt i prezentację wyników	30	WEBM_w1, WEBM_w2