



Kierunek studiów	Zarządzanie
Profil	Praktyczny
Stopień studiów	1-go stopnia
Forma studiów	stacjonarne

Sylabus przedmiotu Strategie marketingowe w aplikacjach i produktach mobilnych

1. Dane podstawowe

Status programowy przedmiotu	Blok A: Ekonomia i marketing
Rodzaj przedmiotu	Obligatoryjny
Kod przedmiotu	LZS-SMA-DA
Rok studiów	2
Semestr	4
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	mgr Małgorzata Brecht
Język wykładowy	polski

2. Wymiar godzin i forma zajęć

Rodzaj	Liczba godzin
Wykład	30
Laboratorium	15
Razem godzin	45

3. Cele przedmiotu

Kod	Cel
CP1	Uzyskanie wiedzy teoretycznej o na temat tego czym jest strtegia marketingowa w projektowaniu aplikacji.
CP2	Uzyskanie wiedzy teoretycznej o na temat UX Designu.
CP3	Praktyczne poznanie procesu projektowego, od stworzenia koncepcji, poprzez opracowanie strategii po zaprojektowanie draftowego prototypu aplikacji.

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

Wiedza ogólna na temat strategii marketingowych.

5. Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Student zna i rozumie:	Realizuje cel	Efekty kierunku
EU-W1	Zapoznanie ze specyfika tworzenia strategii dla produktów mobilnych. Wyjaśnienie pojęć, rola badań w procesie tworzenia koncepcji produktu.	CP1	K1P_W01, K1P_W11
EU-W2	Poznanie etapów procesu projektowego procesu projektowego. Nauka współpracy i rozumienia na czym polega praca ux/ui w procesie tworzenia aplikacji mobilnych	CP2, CP3	K1P_W25
EU-W3	Poznanie metod UX i ich wykorzystanie na potrzeby marketingu.	CP2	K1P_W25

Umiejętności

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunku
EU-U1	Rozumie pojęcia z zakresu UX designu oraz strategii marketingowych.	CP1	K1P_U01
EU-U2	Potrafi samodzielnie stworzyć Case Study, Lean UX Canvas, Business Model Canvas, Value Proposition Canvas.	CP2	K1P_U11, K1P_U23
EU-U3	Potrafi stworzyć graficzny layout w prezentowanym na zajęciach programie Figma.	CP3	K1P_U23

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-U4	Potrafi fachowo opisać i skorygować projekt graficzny/ux aplikacji. Wie jakiego języka używać w komunikacji z projektantem/programistą.	CP2, CP3	K1P_U01, K1P_U23

Kompetencje

Kod	Student jest gotów do:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-K1	Poznanie języka UX, który w przyszłości ułatwi współpracę projektową	CP2, CP3	K1P_K02

6. Treści programowe

Kod	Tematyka	wykład	laboratorium	Realizuje efekt
TP1	Wprowadzenie. Czym jest strategia? Wyjaśnienie terminu. Czym jest case study i dlaczego jest ważnym elementem procesu projektowego.	2	1	EU-K1, EU-U1, EU-U2
TP2	Analiza konkurencji a projektowanie rozwiązań. Termin Value Proposition Canvas - wyjaśnienie. Rola badań w tworzeniu aplikacji mobilnych.	2	1	EU-U2
TP3	Tworzenie Lean Canvas w programie Miro. Studenci poznają użyteczny program do brainstormingu - Miro.	2	1	EU-U2, EU-W1
TP4	Tworzenie Map Aplikacji. Wyjaśnienie zasady jej tworzenia na przykładzie rozpisanej aplikacji.	2	1	EU-U1, EU-W3
TP5	Tworzenie Map Aplikacji cd. Mapa aplikacji to jeden z najtrudniejszych i najbardziej istotnych etapów projektowania. Stworzenie właściwej architektury informacji w czasie jej tworzenia zwiększa szansę na sukces aplikacji.	2	1	EU-W2, EU-W3
TP6	Korekty do projektów Map Aplikacji. Forma konsultacji na odległość: spotkania w Microsoft Teams, konsultacje projektu przez e-mail i Mind Master.	2	1	EU-K1, EU-W2, EU-W3
TP7	Prototypy aplikacji mobilnych, jakie są ich rodzaje. Czym jest User flow?	2	1	EU-W2, EU-W3
TP8	Kto jako pierwszy zajmował się użytecznością. 11 heurystyk projektowania. Czym jest UX i UI aplikacji mobilnej. W jaki sposób UI określa charakter aplikacji.	2	1	EU-K1
TP9	Jak wykonać test aplikacji mobilnej? Czym są testy korytarzowe, focusy? Testowanie aplikacji jest niezbędne w procesie projektowym, istnieje wiele metod weryfikacji dzięki którym zwiększamy szansę na sukces naszego produktu na rynku.	2	1	EU-K1, EU-U1, EU-W3
TP10	Design Sprint. Alternatywa dla tradycyjnego projektowania aplikacji. Czym jest, kiedy się go stosuje, dlaczego warto znać tę metodologię?	2	1	EU-W3
TP11	Podsumowanie. Omówienie formy zaliczenia semestru. Podanie terminów zaliczeń.	2	1	EU-K1
TP12	Podsumowanie. Czym zajmowaliśmy się w tym semestrze? Design Thinking. Sukcesy i porażki technologiczne ostatnich lat.	2	1	EU-W2
TP13	Konsultacje projektu semestralnego.	2	1	EU-U3, EU-U4, EU-W2
TP14	Konsultacje projektu semestralnego.	2	1	EU-U3, EU-U4, EU-W2
TP15	Oddanie projektu. Oceny końcowe.	2	1	EU-W3

Razem godzin: 45

7. Metody kształcenia

Kod	Metoda
MK1	prezentacje i wykłady
MK2	ćwiczenia
MK3	projekt końcowy

8. Nakład pracy studenta

Aktywność studenta	Obciążenie
Nanoszenie korekty na projekt semestralny.	10
Poznanie nowych narzędzi do użytecznych przy realizacji ćwiczeń i projektu semestralnego.	20
Research do projektu semestralnego.	5
Tworzenie prezentacji.	10
Wykonywanie ćwiczeń.	10
Praca z nauczycielem związana z: laboratorium	15
Praca z nauczycielem związana z: wykład	30
Liczba punktów ECTS (1 punkt=25h)	4
Procentowy udział pracy własnej studenta w sumarycznym obciążeniu studenta	35,00%
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	100

9. Status zaliczenia przedmiotu

Przedstawienie prezentacji dotyczącej projektu. Strategia marketingowa + draftowy prototyp aplikacji.

Forma studiów	Egzamin	Praca egzaminacyjna	Zaliczenie	Praca zaliczeniowa
stacjonarne			×	

10. Metody weryfikacji efektów uczenia się

Składowe oceny końcowej

Forma sprawdzenia	Wybrana forma	Punktacja	Realizuje efekt
Egzamin pisemny			
Egzamin ustny			
Sprawdzian pisemny			
Zaliczeniowy przegląd prac			
Referat pisemny			
Referat ustny			
Kolokwium			
Praca domowa	×	40	EU-U4, EU-U1, EU-U3
Miniprojekt			
Praca na zajęciach			
Projekt z dokumentacją	×	50	EU-W1, EU-K1, EU-U2, EU-U4, EU-U1, EU-U3, EU-W3, EU-W2
Ustna prezentacja projektu			
Obecność na zajęciach	×	10	EU-U1
Sprawdzian ustny			
Kartkówka			
Aktywność na zajęciach			
Egzaminacyjny przegląd prac			
Sprawozdanie z praktyki zawodowej			
Prezentacja indywidualna			
Prezentacja zespołowa			

Zakres punktów	Ocena
0 – 50	2,0
51 – 60	3,0
61 – 70	3,5
71 – 80	4,0
81 – 90	4,5
91 – 100	5,0

11. Macierz realizacji przedmiotu

Efekt uczenia się	Cel przedmiotu	Treści programowe	Metody kształcenia
EU-W1	CP1	TP3	MK1, MK2, MK3
EU-W2	CP2, CP3	TP5, TP6, TP7, TP12, TP13, TP14	MK1, MK2, MK3
EU-W3	CP2	TP4, TP5, TP6, TP7, TP9, TP10, TP15	MK1, MK2, MK3
EU-U1	CP1	TP1, TP4, TP9	MK1, MK2, MK3
EU-U2	CP2	TP1, TP2, TP3	MK1, MK2, MK3
EU-U3	CP3	TP13, TP14	MK1, MK2, MK3
EU-U4	CP2, CP3	TP13, TP14	MK1, MK2, MK3
EU-K1	CP2, CP3	TP1, TP6, TP8, TP9, TP11	MK1, MK2, MK3

12. Odniesienie efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Efekty kształcenia dla kierunku studiów	Charakterystyki drugiego stopnia w obszarze kształcenia
EU-W1	K1P_W11, K1P_W01	P6S_WG
EU-W2	K1P_W25	P6S_WG
EU-W3	K1P_W25	P6S_WG
EU-U1	K1P_U01	P6S_UW
EU-U2	K1P_U11, K1P_U23	P6S_UW
EU-U3	K1P_U23	P6S_UW
EU-U4	K1P_U01, K1P_U23	P6S_UW
EU-K1	K1P_K02	P6S_KR

13. Literatura

Literatura podstawowa

1. Lafley, A. G., Playing to Win , Perseus Books, 2013

Literatura uzupełniająca

1. Mościchowska Iga, Rogoś-Turek Barbara, Badania jako podstawa projektowania User Experience, PWN, 2020, Warszawa
2. Steve Krug, Don't Make Me Think, NEW RIDERS PUBL , 2000

Strony WWW

1. www.nngroup.com

14. Informacje o nauczycielach akademickich

Osoby odpowiedzialne za przedmiot

1. mgr Małgorzata Brecht

Osoby prowadzące przedmiot

1. mgr Małgorzata Brecht