

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

*Jednostka prowadząca: Wydział Politologii i Dziennikarstwa*

*Nazwa studiów podyplomowych: Social media marketing*

*Dziedzina nauki/sztuki: Nauki społeczne*

*Dyscyplina naukowa/artystyczna: nauki o komunikacji społecznej i mediach<sup>1</sup>*

*Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji – poziom 6*

Symbole efektów kierunkowych	Kierunkowe efekty uczenia się – opis słowny	Odniesienie do uniwersalnych charakterystyk PRK <sup>2</sup>	Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia PRK dla właściwego poziomu <sup>3</sup>
1	2	3	4
	<b>WIEDZA: ABSOLWENT ZNA I ROZUMIE</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_W01	w zaawansowanym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska z zakresu dziedzin wiedzy: social media marketing, marketing internetowy i brokering informacji	P6U_W	P6S_WG
K_W02	podstawy teoretyczne oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej dotyczące w szczególności zarządzania nowymi sposobami komunikacji marketingowej, marketingiem i reklamą w Internecie i social mediach; dysponuje wiedzą dotyczącą konstruowania i prowadzenia kampanii reklamowych w sieci z wykorzystaniem niezbędnych narzędzi informatycznych	P6U_W	P6S_WG
K_W03	podstawowe prawne i ekonomiczne aspekty działalności społecznej i gospodarczej w zakresie marketingu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem marketingu w serwisach społecznościowych	P6U_W	P6S_WK
K_W04	proces wyszukiwania, opracowywania i gromadzenia informacji, głównie o charakterze biznesowym; profesjonalnego pośrednictwa w wyszukiwaniu i ocenie informacji, źródeł informacji z różnych dziedzin wiedzy (np. biznesu, techniki, społeczeństwa itd.), efektywne strategie wyszukiwawcze, trafności doboru źródeł informacji i ich oceny (wiedza „gdzie szukać:”), metody opracowywania danych i przygotowywania analiz i raportów biznesowych; proces projektowania stron	P6U_W	P6S_WK

<sup>1</sup> Wpisać zgodnie z rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych. Kierunek należy przyporządkować do co najmniej 1 dyscypliny.

<sup>2</sup> Należy odnieść się do właściwego poziom PRK 6-8 zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

<sup>3</sup> Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego i nauki po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – zgodnie z rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

	www oraz fun page'y i profili w serwisach społecznościowych		
K_W05	zasady ochrony własności intelektualnej oraz formy rozwoju przedsiębiorczości marketingowej i infobrokerskiej	P6U_W	P6S_WK
	<b>UMIĘJĘTNOŚCI: ABSOLWENT POTRAFI</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_U01	wykorzystywać posiadaną wiedzę przez formułowanie i rozwiązywanie złożonych i nietypowych problemów z zakresu marketingu internetowego	P6U_U	P6S_UW
K_U02	formułować strategie z zakresu marketingu internetowego	P6U_U	P6S_UW
K_U03	planować i realizować działania e-marketingowe w przedsiębiorstwach	P6U_U	P6S_UW
K_U04	planować działania promocyjne z właściwym wykorzystaniem różnych technik promocji elektronicznej	P6U_U	P6S_UW
K_U05	identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska z zakresu procesów rynkowych, w tym rynku informacji z wykorzystaniem wiedzy z zakresu social media marketingu, marketingu internetowego i brokeringu informacji	P6U_U	P6S_UW
K_U06	komunikować się z otoczeniem przy użyciu specjalistycznej terminologii oraz brać udział w debacie	P6U_U	P6S_UK
K_U07	planować i organizować pracę własną oraz w zespole, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych	P6U_U	P6S_UO
K_U08	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	P6U_U	P6S_UU
	<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE: ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_K01	wykorzystywania posiadanej wiedzy przez formułowanie i rozwiązywanie złożonych i nietypowych problemów z zakresu social media marketingu, przez właściwy dobór źródeł informacji oraz metod i narzędzi zarządzania nimi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych (ICT); jest także gotów do zdobywania informacji, krytycznej ich oceny i kategoryzowania ich oraz komunikowania się z użyciem specjalistycznej terminologii; w szczególności absolwent jest gotów do pozyskiwania z Internetu wysokiej jakości informacji, zgodnie z prawem, według ściśle określonego kryterium - świadczenia usługi w zakresie zdobywania i oceny informacji oraz pośredniczenia między zasobami informacji a instytucjami i organizacjami, które ich potrzebują; jest gotów do wyszukiwania informacji w tradycyjnych i elektronicznych źródłach; obsługi komputera obejmującej znajomość oprogramowania przydatnego w pracy e-marketingowca i infobrokera	P6U_K	P6S_UK
K_K02	zdobycia i wykorzystywania wiedzy oraz jej krytycznej oceny; zastosowania wiedzy do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych z zakresu marketingowego oraz roli mediów społecznościowych we współczesnej gospodarce rynkowej i komunikowaniu się na rynku produktów i usług	P6U_K	P6S_KK
K_K03	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6U_K	P6S_KO
K_K04	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym: przestrzegania zasad etyki i wymagania tego od innych, dbałości o dorobek i tradycje zawodu, a także do wypełniania zobowiązań społecznych, działania na rzecz środowiska społecznego	P6U_K	P6S_KR P6S_KO
K_K05	do krytycznej oceny posiadanej wiedzy, a także uznawania znaczenia wiedzy w praktycznym rozwiązywaniu problemów	P6U_K	P6S_KK