

Nazwa kierunku: *Marketing i lobbging polityczny*
Profil – ogólnoakademicki ¹

Poziom studiów : I²

Dziedzina: nauki społeczne, dyscyplina naukowa: nauki o polityce i administracji-100% ³

Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji - 6⁴

Symbole efektów	Efekty uczenia się	Odniesienie do uniwersalnych charakterystyk PRK ⁵	Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia PRK dla właściwego poziomu ⁶
1	2	3	4
	WIEDZA: ABSOLWENT ZNA I ROZUMIE	Kod składnika opisu	Kod składnik opisu
K_W01	w stopniu podstawowym istotę i specyfikę nauk o polityce i administracji oraz ich miejsce w strukturze nauk społecznych	P6U_W	P6S_WK
K_W02	w stopniu podstawowym wybrane metody i techniki badawcze nauk o polityce i administracji	P6U_W	P6S_WG
K_W03	w stopniu zaawansowanym siatkę pojęciową nauk o polityce i administracji, w szczególności z zakresu marketingu i lobbgingu politycznego	P6U_W	P6S_WG
K_W04	w stopniu zaawansowanym wybrane aspekty funkcjonowania społeczeństwa, państwa, reżimów politycznych, procesu decyzyjnego, roli ruchów społecznych i politycznych oraz partii politycznych	P6U_W	P6S_WG
K_W05	w stopniu zaawansowanym główne uwarunkowania społeczne, prawne, historyczne, kulturowe, polityczne i ekonomiczne marketingu i lobbgingu politycznego; zna i rozumie wpływ marketingu i lobbgingu politycznego na partycypację polityczną, proces decyzyjny oraz życie społeczno-gospodarcze	P6U_W	P6S_WK

¹ Wpisać właściwe: ogólnoakademicki lub praktyczny

² Wpisać właściwe: pierwszego stopnia, drugiego stopnia lub jednolite studia magisterskie.

³ 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. W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny wskazuje się dyscyplinę wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia (liczona wg. punktów ECTS). Należy wskazać % udział poszczególnych dziedzin i dyscyplin.

⁴ Wpisać właściwe: studia pierwszego stopnia – poziom 6, studia drugiego stopnia lub jednolite studia magisterskie – poziom 7.

⁵ Należy odnieść się do właściwego poziomu PRK 6-8 zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

⁶ 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. W przypadku studiów inżynierskich powinny uwzględniać również możliwość uzyskania wszystkich kompetencji inżynierskich, o których mowa w cz. III rozporządzenia. Efekty uczenia się dla kierunków z dziedziny sztuki powinny zawierać odniesienia również do cz. II rozporządzenia.

K_W06	w stopniu zaawansowanym zasady tworzenia wizerunku politycznego oraz prawidłowości działań marketingowych podejmowanych na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym	P6U_W	P6S_WG
K_W07	w stopniu zaawansowanym procesy i struktury w komunikacji politycznej w marketingu i lobbingu politycznym, a także techniki perswazyjne oraz zasady negocjacji i mediacji, w tym również w sytuacjach kryzysowych	P6U_W	P6S_WG
K_W08	w stopniu zaawansowanym wybrane narzędzia marketingowe oraz sposoby prowadzenia badań i analiz we współczesnej praktyce marketingowej	P6U_W	P6S_WG
K_W09	w stopniu zaawansowanym znaczenie i rolę nowoczesnych technologii w marketingu i lobbingu politycznym, w tym również fundamentalnych dylematów współczesnych cywilizacji związanych z rozwojem technik i narzędzi marketingu i lobbingu politycznego	P6U_W	P6S_WG
K_W10	podstawy wiedzy ekonomicznej dla zrozumienia procesów społeczno-ekonomicznych, w szczególności w zakresie prowadzenia kampanii wyborczych i promowania wizerunku politycznego oraz wiedzę na temat zasad tworzenia różnych form przedsiębiorczości	P6U_W	P6S_WK
K_W11	w stopniu podstawowym regulacje prawne odnoszące się do marketingu i lobbingu politycznego, a także zasady etyki w zawodach związanych z marketingiem i lobbingiem politycznym	P6U_W	P6S_WK
K_W12	podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego	P6U_W	P6S_WK
	UMIEJĘTNOŚCI: ABSOLWENT POTRAFI	Kod składnika opisu	Kod składnik opisu
K_U01	posługiwać się terminologią właściwą dla nauk o polityce i administracji, w tym szczególnie marketingu i lobbingu politycznego, komunikować się z wykorzystaniem specjalistycznej siatki pojęciowej	P6U_U	P6S_UW
K_U02	pozyskiwać informacje z różnych źródeł, dokonywać ich selekcji i interpretacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych sytuacji w marketingu i lobbingu politycznym, formułować wnioski i opinie, uczestniczyć w debacie, przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich	P6U_U	P6S_UK
K_U03	prawidłowo posługiwać się normami prawnymi i etycznymi, praktycznie stosować zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej	P6U_U	P6S_UW
K_U04	organizować i planować pracę indywidualną oraz zespołową, szacować prawidłowo czas potrzebny do realizacji powierzonego zadania, współpracować z innymi osobami w ramach prac zespołowych, w tym również zespołów o charakterze interdyscyplinarnym	P6U_U	P6S_UO
K_U05	podejmowania pracy indywidualnej i zespołowej, w tym przyjmowania i realizowania różnych ról w grupie; prowadzenia mediacji i negocjacji, poszukiwania rozwiązań koncyliacyjnych, a także brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania	P6U_U	P6S_UO P6S_UK
K_U06	dostrzegać i interpretować uwarunkowania społeczne, prawne, historyczne, kulturowe, polityczne i ekonomiczne marketingu i lobbingu politycznego	P6U_U	P6S_UW
K_U07	zaplanować i implementować działania, w tym także przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii, w zakresie marketingu i lobbingu politycznego, ocenić krytycznie przydatność technik i narzędzi właściwych dla marketingu i lobbingu politycznego	P6U_U	P6S_UW
K_U08	korzystać i interpretować oraz krytycznie oceniać dane pochodzące z różnych źródeł, a także przeprowadzać konsultacje z ekspertami	P6U_U	P6S_UO
K_U09	posługiwać się językiem obcym zgodnie z wymogami Europejskiego Systemu Kształcenia Językowego na poziomie B2	P6U_U	P6S_UK
K_U10	zaprojektować i przeprowadzić proces badawczy dotyczący problemu z zakresu marketingu i lobbingu politycznego; prawidłowo dobrać i wykorzystać metody i techniki badawcze właściwe dla nauk o polityce i administracji	P6U_U	P6S_UW
K_U11	samodzielnie planować i realizować własne sposoby uczenia się przez całe życie	P6U_U	P6S_UU
	KOMPETENCJE SPOŁECZNE: ABSOLWENT JEST GOTÓW DO	Kod składnika opisu	Kod składnik opisu

K_K01	krytycznej oceny swojej wiedzy i umiejętności w zakresie marketingu i lobbingu politycznego oraz ciągłego ich uzupełniania i doskonalenia w ramach edukacji formalnej i nieformalnej	P6U_K	P6S_KK
K_K02	zasięgania opinii ekspertów w zakresie marketingu i lobbingu politycznego, dla efektywnego rozwiązywania sformułowanego problemu	P6U_K	P6S_KK
K_K03	myślenia oraz działania w sposób przedsiębiorczy, otwarty na nowe pomysły i idee	P6U_K	P6S_KK, P6S_KO
K_W04	aktywnego uczestnictwa w realizacji przedsięwzięć na rzecz interesu publicznego, w tym na rzecz edukacji obywatelskiej z zakresu marketingu i lobbingu politycznego oraz na rzecz organizacji pozarządowych na poziomie lokalnym i krajowym	P6U_K	P6S_KO
K_W05	przestrzegania zasad etyki zawodowej oraz dbałości o dorobek i tradycje zawodów związanych z marketingiem i lobbingiem politycznym	P6U_K	P6S_KR