

Nazwa kierunku: *Marketing i lobbing polityczny*

Profil – ogólnoakademicki <sup>1</sup>

Poziom studiów : I<sup>2</sup>

Dziedzina: *nauki społeczne, dyscyplina naukowa: nauki o polityce i administracji.*<sup>3</sup>

Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji - 6<sup>4</sup>

| Symbole efektów | Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                        | Odniesienie do uniwersalnych charakterystyk PRK <sup>5</sup> | Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia PRK dla właściwego poziomu <sup>6</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 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 lobbingu 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 lobbingu politycznego; zna i rozumie wpływ marketingu i lobbingu politycznego na partycypację polityczną, proces decyzyjny oraz życie społeczno-gospodarcze | P6U_W                                                        | P6S_WK                                                                                  |

<sup>1</sup> Wpisać właściwe: ogólnoakademicki lub praktyczny

<sup>2</sup> Wpisać właściwe: pierwszego stopnia, drugiego stopnia lub jednolite studia magisterskie.

<sup>3</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. 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.

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

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

<sup>6</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. 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                    |
|       | <b>UMIEJĘTNOŚCI: ABSOLWENT POTRAFI</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Kod składnika opisu</b> | <b>Kod składnik opisu</b> |
| 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<br>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                    |

|       | <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE: ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b>                                                                                                                                                                                       | <b>Kod składnika<br/>opisu</b> | <b>Kod składnik<br/>opisu</b> |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 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,<br>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                        |