

TABELA KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

nazwa kierunku studiów: DIGITAL MARKETING poziom kształcenia: studia drugiego stopnia POLSKA RAMA KWALIFIKACJI - POZIOM 7 profil kształcenia: praktyczny dyscypliny: – <i>dziedzina nauk społecznych – dyscyplina nauki o komunikacji społecznej i mediach (72% - wiodąca)</i> – <i>dziedzina nauk społecznych – dyscyplina nauki o zarządzaniu i jakości (28%)</i>		
symbol	kierunkowe efekty uczenia się po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku DIGITAL MARKETING absolwent:	odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI
WIEDZA		
K_W01	ma pogłębioną wiedzę o koncepcjach zarządzania oraz kierunkach ich rozwoju	P7S_WG
K_W02	zna i rozumie w stopniu zaawansowanym dylematy współczesnej cywilizacji medialnej oraz rolę współczesnych mediów w różnych aspektach funkcjonowania nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego	P7S_WG
K_W03	zna zaawansowane metody badań społecznych, w tym marketingowych oraz zasady rzetelnego prowadzenia badań naukowych w obszarze komunikacji społecznej i mediów, wraz z ich ekonomicznymi, prawnymi i etycznymi uwarunkowaniami	P7S_WG P7S_WK
K_W04	w pogłębionym stopniu zna i rozumie mechanizmy kreacji i marki oraz wymagania poszczególnych mediów	P7S_WG
K_W05	w pogłębionym stopniu zna i rozumie proces transformacji cyfrowej, w ramach którego organizacje przechodzą w kierunku nowych sposobów myślenia i działania dzięki wykorzystaniu potencjału mediów społecznościowych, technologii mobilnej i innych innowacyjnych rozwiązań cyfrowych	P7S_WG
K_W06	posiada zaawansowaną wiedzę w zakresie aktualnych trendów w kampaniach komunikacyjnych i kampaniach social mediowych oraz zna wiodące firmy i instytucje realizujące działania komunikacji marketingowej i realizowany przez nie zakres usług	P7S_WG
K_W07	zna i rozumie zaawansowane metodologie i techniki wspomagające twórcze myślenie i poszukiwanie nowych pomysłów, w tym różne formy przedsiębiorczości	P7S_WG P7S_WK
K_W08	zna i rozumie zasady tworzenia media planów oraz raportów prezentujących efekty przeprowadzonych kampanii i rekomendacje	P7S_WG
K_W09	w stopniu zaawansowanym zna zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w obszarze komunikacji marketingowej	P7S_WK
K_W10	zna i rozumie prawne aspekty funkcjonowania przemysłu kreatywnego	P7S_WK

TABELA KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

K_W11	ma pogłębiałą wiedzę o normach etycznych i zasadach społecznej odpowiedzialności biznesu, ich naturze, zmianach i sposobach oddziaływania na organizację oraz rozpatruje je z punktu widzenia nauk o zarządzaniu	P7S_WK
K_W12	zna i rozumie zaawansowane metody i narzędzia pozyskiwania danych, opisu i analizy, w tym również zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów	P7S_WG
K_W13	ma wiedzę o naturze człowieka i wybranych aspektach jego życia, w tym w obszarze zachowań konsumenckich	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	w zaawansowanym stopniu potrafi aktywnie uczestniczyć w preselekcji i zarządzaniu kreacją i marką oraz przyczyniać się do przygotowania media planu	P7S_UW
K_U02	w stopniu zaawansowanym i innowacyjnym potrafi wyszukiwać, wykorzystywać, opracowywać cykliczne analizy i raporty rynkowe oraz zestawienia i interpretacje kluczowych wskaźników efektywności kampanii	P7S_UW
K_U03	w stopniu zaawansowanym potrafi rozpoznawać i klasyfikować formy i typy reklamy oraz określać cele marketingowe, reklamowe, medialne i kreatywne	P7S_UW
K_U04	potrafi precyzyjnie dobrać i zastosować lub opracować właściwe metody i narzędzia pomiaru efektywności wykorzystania mediów w komunikowaniu marketingowym	P7S_UW
K_U05	posiada pogłębiałą umiejętność przygotowania różnych prac pisemnych, w tym o charakterze naukowym, wystąpień ustnych, w tym prowadzenia debaty, wykorzystując specjalistyczną terminologię oraz posługując się poprawną polszczyzną	P7S_UK
K_U06	potrafi brać aktywny udział w przygotowywaniu kreacji i wyznaczaniu celów strategii komunikacyjnych	P7S_UW
K_U07	potrafi wykorzystywać praktycznie metody badawcze w celu zaprojektowania i stworzenia programu marketingowego na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów	P7S_UW
K_U08	posiada umiejętność zaplanowania, wdrożenia strategii upowszechniania treści przekazu marketingowego w cyfrowych kanałach komunikacji marketingowej	P7S_UK
K_U09	posiada pogłębiałą umiejętność przygotowania prac pisemnych i wystąpień ustnych w języku obcym z zakresu kierunku studiów (zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego)	P7S_UK
K_U10	potrafi skutecznie i z łatwością współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i projektowych oraz podejmować wiodącą rolę w zespołach, w tym zarządzać projektami i kierować pracą zespołu projektowego	P7S_UO
K_U11	potrafi skutecznie i samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
K_U12	potrafi zaprojektować profile firmy i marki w internecie i mediach społecznościowych	P7S_UW
K_U13	potrafi efektywnie wykorzystywać dostępne narzędzia internetowe dla marketingu cyfrowego	P7S_UW
K_U14	potrafi w praktyce zastosować prawne zasady funkcjonowania marketingu cyfrowego, w tym z zakresu prawa autorskiego, a także etyki w biznesie	P7S_UW

TABELA KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

K_U15	zarządza relacjami z klientem, w tym uwzględnia zasady bezpieczeństwa danych i informacji w internecie	P7S_UW
K_U16	w pogłębionym stopniu potrafi analizować współczesne wyzwania komunikacji marketingowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele	P7S_UW
K_U17	potrafi swobodnie posługiwać się warsztatem media managera i twórcy treści z wykorzystaniem wiedzy z zakresu content marketingu, e-mail marketingu, video oraz działań w innych kanałach social mediów	P7S_UW
K_U18	potrafi zastosować w praktyce zasady komunikacji w marketingu cyfrowym	P7S_UW
K_U19	wykorzystuje technologie informatyczne, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne do działań marketingowych w internecie i biznesie elektronicznym	P7S_UW
K_U20	potrafi operować narzędziami dotyczącymi analizy wymagań, budowania strategii, zarządzania projektem internetowym i wykorzystywać narzędzia monitorowania i analityki, oraz SEM/SEO	P7S_UW
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i formułowania własnych opinii oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu, a także do rozpoznawania głębszego znaczenia lub ważności tego, co jest wyrażane	P7S_KK
K_K02	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, a w szczególności do inspirowania, inicjowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P7S_KO
K_K03	jest gotów do myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy	P7S_KO
K_K04	jest gotów do propagowania etycznej i odpowiedzialnej postawy w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych, przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej, działania na rzecz przestrzegania tych zasad oraz rozwijania i podtrzymywania etosu zawodu z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KR

Wskazanie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, do których odnoszą się efekty kształcenia			
dziedzina nauki	dyscyplina naukowa	kierunkowe efekty kształcenia (symbol)	liczba efektów
dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach <i>(dyscyplina wiodąca)</i>	K_W02, K_W03, K_W04, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_W12, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U11, K_U12, K_U13, K_U14, K_U15, K_U17, K_U18, K_U19, K_U20, K_K01, K_K04	26/37
	nauki o zarządzaniu i jakości	K_W01, K_W05, K_W10, K_W11, K_W13, K_U01, K_U02, K_U10, K_U16, K_K02, K_K03	11/37