

Uchwały Nr 5 Senatu Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku z dnia 3 marca 2023 r. w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku Marketing cyfrowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej, prowadzonego przez Wydział Nauk Ekonomicznych we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku, obowiązującego od roku akademickiego 2023/2024

.....
pieczętka Uczelni

**TABELA POKRYCIA KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Z PRZEDMIOTOWYMI EFEKTAMI UCZENIA SIĘ
MATRYCA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ – od roku 2023/2024**

Nazwa podstawowej jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek studiów: Wydział Nauk Ekonomicznych															
Nazwa kierunku studiów: Marketing Cyfrowy															
Poziom kształcenia: studia I stopnia															
Profil kształcenia: praktyczny															
L.p.	symbol kierunkowych efektów uczenia się	efekty kierunkowe	Grupy zajęć												
			Język obcy	Język obcy specjalistyczny	Practical English Course*	Etyka biznesu	Psychologia społeczna	Wprowadzenie do ekonomii	Laboratorium marketingowe I	Ochrona własności intelektualnej	Technologia informacyjna	Statystyka i elementy prognozowania	Marketing	Prawo	Systemy informacji i komunikacji personalnej
Wiedza – Absolwent zna i rozumie:															
1	KMC6S_WG1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o marketingu jako części nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności zna pojęcia związane z marketingiem cyfrowym					X	X					X	X	X
2	KMC6S_WG2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne											X	X	
3	KMC6S_WG3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe									X				

4	KMC6S_WG4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej								X	X			
5	KMC6S_WG5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu normy, zasady i standardy funkcjonowania organizacji, w tym w aspekcie międzynarodowym				X				X				
6	KMC6S_WG6	Zna i rozumie pojęcia dotyczące prawnych i etycznych zasad odnoszących się do funkcjonowania organizacji, a w szczególności działań z zakresu marketingu cyfrowego				X				X			X	
7	KMC6S_WG7	Ma wiedzę i zna w zaawansowanym stopniu narzędzia niezbędne do kreowania wizerunku i planowania kariery												
8	KMC6S_WG8	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia marketingowe niezbędne do realizacji celów biznesowych							X				X	
9	KMC6S_WG9	Zna i rozumie teorię, zasady i koncepcje marketingu cyfrowego												
10	KMC6S_WG10	Zna i rozumie słownictwo z wybranego języka obcego charakterystyczne dla nauk o marketingu jako elementu nauk o zarządzaniu i jakości	X	X	X									
11	KMC6S_WG11	Zna i rozumie fundamentalne prawa i teorie odnośnie funkcjonowania rynku i gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów							X					
12	KMC6S_WK1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rodzaje, uwarunkowania i zależności społeczne odpowiednie dla nauk o marketingu, a w szczególności w marketingu cyfrowym						X					X	
13	KMC6S_WK2	Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie kreującym działalność w kontekście marketingu cyfrowego dowolnej organizacji				X	X							X
14	KMC6S_WK3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady zarządzania projektami marketingowymi, w tym zasady ich przygotowania, wdrażania i kontroli								X				
15	KMC6S_WK4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zależności między interesariuszami organizacji w tym metody zarządzania relacjami z klientem												
16	KMC6S_WK5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu uwarunkowania międzynarodowe mające wpływ na działalność marketingową												

17	KMC6S_WK6	Zna i rozumie definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego							X				
18	KMC6S_WK7	Zna i rozumie podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych					X		X		X		
19	KMC6S_WK8	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego						X					
Umiejętności – Absolwent potrafi:													
20	KMC6S_UW1	Potrafi odpowiednio dobrać informacje z różnych źródeł (literatura, bazy danych i inne) w języku polskim i obcym, dokonywać oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji w celu sformułowania i rozwiązania złożonych i nietypowych problemów z zakresu marketingu cyfrowego			X								X
21	KMC6S_UW2	Potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych oraz analizować ich powiązania z wybranym obszarem działalności marketingu cyfrowego w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów				X	X				X		
22	KMC6S_UW3	Potrafi dobrać oraz wykorzystać właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w celu rozwiązania nietypowych problemów specyficznych dla działalności związanej z marketingiem cyfrowym						X		X	X		
23	KMC6S_UW4	Potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności marketingowej				X			X				X
24	KMC6S_UW5	Potrafi wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami											
25	KMC6S_UW6	Potrafi zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym											X
26	KMC6S_UW7	Potrafi brać aktywny udział w tworzeniu projektów i strategii marketingowych oraz modeli biznesowych						X					

27	KMC6S_UW8	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności związane z wybraną sferą działalności marketingowej korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii niezbędnych dla funkcjonowania organizacji										X		
28	KMC6S_UW9	potrafi poddać ocenie współczesne trendy w praktyce marketingu i badaniach marketingowych										X		
29	KMC6S_UW10	Posiada umiejętności identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego										X	X	
30	KMC6S_UW11	Potrafi analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego					X	X				X		
31	KMC6S_UW12	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej							X					
32	KMC6S_UW13	Potrafi wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami										X		
33	KMC6S_UW14	Potrafi dopasować i zintegrować działania marketingu cyfrowego z ogólną strategią przedsiębiorstwa i innymi procesami biznesowymi												
34	KMC6S_UK1	Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego												X
35	KMC6S_UK2	Potrafi zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu												
36	KMC6S_UK3	Potrafi wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej												
37	KMC6S_UK4	Potrafi analizować współczesne wyzwania komunikacji cyfrowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele												
38	KMC6S_UK5	Potrafi uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje												X

39	KMC6S_UK6	Potrafi formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego		X	X									X	
40	KMC6S_UK7	Potrafi komunikować się werbalnie w mowie i piśmie w sposób przejrzysty i zrozumiały w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	X	X	X										
41	KMC6S_UK8	Potrafi posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego	X	X	X										
42	KMC6S_UO1	Potrafi planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi							X						
43	KMC6S_UO2	Potrafi planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł													
44	KMC6S_UO3	Potrafi racjonalnie organizować zaplanowane działania indywidualne lub zespołowe z uwzględnieniem posiadanych zasobów							X						
45	KMC6S_UO4	Potrafi współdziałać w ramach prac zespołowych, w tym interdyscyplinarnych, komunikować się z innymi osobami, oceniać predyspozycje własne i pozostałych członków zespołu do wykonywania poszczególnych prac, przyjmować, a także delegować różne role i zadania	X	X	X		X							X	
46	KMC6S_UU1	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się w zakresie działań marketingu cyfrowego i zauważa konieczność uaktualniania nabytej wiedzy i posiadanych umiejętności praktycznych						X			X				
47	KMC6S_UU2	Potrafi samodzielnie planować i realizować powierzone mu zadania w trakcie praktyki zawodowej i jest świadomy znaczenia tej umiejętności w przyszłej pracy zawodowej													
Kompetencje społeczne – Absolwent jest gotów do:															
48	KMC6S_KK1	Jest gotów do krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów						X			X	X		X	X

49	KMC6S_KK2	Jest gotów do dostrzegania i formułowania problemów poznawczych i praktycznych związanych z wykonywaną pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań zasięgając również opinii ekspertów								X	X	X			
50	KMC6S_KO1	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu	X	X	X	X	X								
51	KMC6S_KO2	Jest gotów do współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego realizując projekty i przedsięwzięcia marketingowe uwzględniające ich aspekty społeczne, gospodarcze lub prawne							X						
52	KMC6S_KO3	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji													
53	KMC6S_KO4	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym							X				X		X
54	KMC6S_KR1	Jest gotów do profesjonalnego wykonywania obowiązków zawodowych, odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, dbając o dorobek i tradycje zawodu, pracuje zespołowo, potrafi przyjąć postawę lidera jeżeli wymaga tego sytuacja								X					
55	KMC6S_KR2	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom	X	X	X	X							X	X	

MATRYCA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (część 2)

L.p.	symbol kierunkowych efektów uczenia się	efekty kierunkowe	Grupy zajęć											
			Globalizacja i integracja europejska	Laboratorium marketingowe II	Podstawy zarządzania	Planowanie kariery	Nowoczesne technologie w marketingu	Marketing bezpośredni	Plan marketingowy	Prawo reklamy i promocji	Badania marketingowe	Komunikacja marketingowa	Zarządzanie projektami w marketingu	Neuromarketing
Wiedza – Absolwent zna i rozumie:														
1	KMC6S_WG1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o marketingu jako części nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności zna pojęcia związane z marketingiem cyfrowym			X					X	X			X
2	KMC6S_WG2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne			X		X							X
3	KMC6S_WG3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe					X					X		
4	KMC6S_WG4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej					X		X		X		X	
5	KMC6S_WG5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu normy, zasady i standardy funkcjonowania organizacji, w tym w aspekcie międzynarodowym	X							X				
6	KMC6S_WG6	Zna i rozumie pojęcia dotyczące prawnych i etycznych zasad odnoszących się do funkcjonowania organizacji, a w szczególności działań z zakresu marketingu cyfrowego								X				
7	KMC6S_WG7	Ma wiedzę i zna w zaawansowanym stopniu narzędzia niezbędne do kreowania wizerunku i planowania kariery				X						X		
8	KMC6S_WG8	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia marketingowe niezbędne do realizacji celów biznesowych		X					X		X		X	
9	KMC6S_WG9	Zna i rozumie teorię, zasady i koncepcje marketingu cyfrowego												X
10	KMC6S_WG10	Zna i rozumie słownictwo z wybranego języka obcego charakterystyczne dla nauk o marketingu jako elementu nauk o zarządzaniu i jakości												

11	KMC6S_WG11	Zna i rozumie fundamentalne prawa i teorie odnośnie funkcjonowania rynku i gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów	X											
12	KMC6S_WK1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rodzaje, uwarunkowania i zależności społeczne odpowiednie dla nauk o marketingu, a w szczególności marketingu cyfrowym						X						
13	KMC6S_WK2	Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie kreującym działalność w kontekście marketingu cyfrowego dowolnej organizacji				X							X	
14	KMC6S_WK3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady zarządzania projektami marketingowymi, w tym zasady ich przygotowania, wdrażania i kontroli		X					X	X			X	
15	KMC6S_WK4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zależności między interesariuszami organizacji w tym metody zarządzania relacjami z klientem											X	
16	KMC6S_WK5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu uwarunkowania międzynarodowe mające wpływ na działalność marketingową	X											
17	KMC6S_WK6	Zna i rozumie definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego												
18	KMC6S_WK7	Zna i rozumie podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych			X					X				
19	KMC6S_WK8	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego		X		X		X						
Umiejętności – Absolwent potrafi:														
20	KMC6S_UW1	Potrafi odpowiednio dobrać informacje z różnych źródeł (literatura, bazy danych i inne) w języku polskim i obcym, dokonywać oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji w celu sformułowania i rozwiązania złożonych i nietypowych problemów z zakresu marketingu cyfrowego								X				
21	KMC6S_UW2	Potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych oraz analizować ich powiązania z wybranym obszarem działalności marketingu cyfrowego w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów	X		X						X			

22	KMC6S_UW3	Potrafi dobrać oraz wykorzystać właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w celu rozwiązania nietypowych problemów specyficznych dla działalności związanej z marketingiem cyfrowym		X			X				X			
23	KMC6S_UW4	Potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności marketingowej							X					
24	KMC6S_UW5	Potrafi wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami						X		X				
25	KMC6S_UW6	Potrafi zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym												X
26	KMC6S_UW7	Potrafi brać aktywny udział w tworzeniu projektów i strategii marketingowych oraz modeli biznesowych		X					X				X	
27	KMC6S_UW8	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności związane z wybraną sferą działalności marketingowej korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii niezbędnych dla funkcjonowania organizacji					X	X					X	
28	KMC6S_UW9	potrafi poddać ocenie współczesne trendy w praktyce marketingu i badaniach marketingowych						X			X			X
29	KMC6S_UW10	Posiada umiejętności identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego						X						X
30	KMC6S_UW11	Potrafi analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego	X						X					
31	KMC6S_UW12	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej		X										X
32	KMC6S_UW13	Potrafi wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami						X				X	X	
33	KMC6S_UW14	Potrafi dopasować i zintegrować działania marketingu cyfrowego z ogólną strategią przedsiębiorstwa i innymi procesami biznesowymi											X	

34	KMC6S_UK1	Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego				X								X
35	KMC6S_UK2	Potrafi zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu							X		X		X	
36	KMC6S_UK3	Potrafi wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej			X	X						X		X
37	KMC6S_UK4	Potrafi analizować współczesne wyzwania komunikacji cyfrowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele										X		
38	KMC6S_UK5	Potrafi uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje						X				X		
39	KMC6S_UK6	Potrafi formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego										X		X
40	KMC6S_UK7	Potrafi komunikować się werbalnie w mowie i piśmie w sposób przejrzysty i zrozumiały w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego												
41	KMC6S_UK8	Potrafi posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego												
42	KMC6S_UO1	Potrafi planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi		X	X	X								
43	KMC6S_UO2	Potrafi planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł							X		X		X	
44	KMC6S_UO3	Potrafi racjonalnie organizować zaplanowane działania indywidualne lub zespołowe z uwzględnieniem posiadanych zasobów		X									X	
45	KMC6S_UO4	Potrafi współdziałać w ramach prac zespołowych, w tym interdyscyplinarnych, komunikować się z innymi osobami, oceniać predyspozycje własne i pozostałych członków zespołu do wykonywania poszczególnych prac, przyjmować, a także delegować różne role i zadania			X	X								

46	KMC6S_UU1	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się w zakresie działań marketingu cyfrowego i zauważa konieczność uaktualniania nabytej wiedzy i posiadanych umiejętności praktycznych				X	X							
47	KMC6S_UU2	Potrafi samodzielnie planować i realizować powierzone mu zadania w trakcie praktyki zawodowej i jest świadomy znaczenia tej umiejętności w przyszłej pracy zawodowej												
Kompetencje społeczne – Absolwent jest gotów do:														
48	KMC6S_KK1	Jest gotów do krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów	X				X			X			X	X
49	KMC6S_KK2	Jest gotów do dostrzegania i formułowania problemów poznawczych i praktycznych związanych z wykonywaną pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań zasięgając również opinii ekspertów						X						X
50	KMC6S_KO1	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu				X		X				X		
51	KMC6S_KO2	Jest gotów do współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego realizując projekty i przedsięwzięcia marketingowe uwzględniające ich aspekty społeczne, gospodarcze lub prawne		X					X		X		X	X
52	KMC6S_KO3	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji	X									X	X	
53	KMC6S_KO4	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym		X	X	X			X		X			X
54	KMC6S_KR1	Jest gotów do profesjonalnego wykonywania obowiązków zawodowych, odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, dbając o dorobek i tradycje zawodu, pracuje zespołowo, potrafi przyjąć postawę lidera jeżeli wymaga tego sytuacja		X		X								
55	KMC6S_KR2	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom								X				

MATRYCA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (część 3)

L.p.	symbol kierunkowych efektów uczenia się	efekty kierunkowe	grupy zajęć											
			Przedsiębiorczość	Funkcjonowanie i rozwój organizacji lub Akademia kompetencji przyszłości /Organizational Behaviour	Autoprezentacja i kształtowanie wizerunku lub Komunikacja interpersonalna	Seminarium dyplomowe	Negocjacje	Social media	Zachowania konsumenckie	Systemy informatyczne w marketingu	E-commerce	Strategie kampanii marketingowych	Modele biznesowe	Zarządzanie sprzedażą
Wiedza – Absolwent zna i rozumie:														
1	KMC6S_WG1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o marketingu jako części nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności zna pojęcia związane z marketingiem cyfrowym				X	X				X		X	
2	KMC6S_WG2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne		X										
3	KMC6S_WG3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe						X		X				
4	KMC6S_WG4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej									X	X		
5	KMC6S_WG5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu normy, zasady i standardy funkcjonowania organizacji, w tym w aspekcie	X	X										X
6	KMC6S_WG6	Zna i rozumie pojęcia dotyczące prawnych i etycznych zasad odnoszących się do funkcjonowania organizacji, a w szczególności działań z zakresu marketingu cyfrowego												X
7	KMC6S_WG7	Ma wiedzę i zna w zaawansowanym stopniu narzędzia niezbędne do kreowania wizerunku i planowania kariery			X			X						
8	KMC6S_WG8	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia marketingowe niezbędne do realizacji celów biznesowych			X			X		X			X	
9	KMC6S_WG9	Zna i rozumie teorię, zasady i koncepcje marketingu cyfrowego												
10	KMC6S_WG10	Zna i rozumie słownictwo z wybranego języka obcego charakterystyczne dla nauk o marketingu jako elementu nauk o zarządzaniu i jakości								X				

11	KMC6S_WG11	Zna i rozumie fundamentalne prawa i teorie odnośnie funkcjonowania rynku i gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów	X											
12	KMC6S_WK1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rodzaje, uwarunkowania i zależności społeczne odpowiednie dla nauk o marketingu, a w szczególności marketingu cyfrowym						X						X
13	KMC6S_WK2	Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie kreującym działalność w kontekście marketingu cyfrowego dowolnej organizacji					X	X						
14	KMC6S_WK3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady zarządzania projektami marketingowymi, w tym zasady ich przygotowania, wdrażania i kontroli								X				
15	KMC6S_WK4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zależności między interesariuszami organizacji w tym metody zarządzania relacjami z klientem						X		X			X	X
16	KMC6S_WK5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu uwarunkowania międzynarodowe mające wpływ na działalność marketingową												
17	KMC6S_WK6	Zna i rozumie definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego					X							
18	KMC6S_WK7	Zna i rozumie podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych												
19	KMC6S_WK8	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego	X					X		X			X	
Umiejętności – Absolwent potrafi:														
20	KMC6S_UW1	Potrafi odpowiednio dobrać informacje z różnych źródeł (literatura, bazy danych i inne) w języku polskim i obcym, dokonywać oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji w celu sformułowania i rozwiązania złożonych i nietypowych problemów z zakresu marketingu cyfrowego					X						X	
21	KMC6S_UW2	Potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych oraz analizować ich powiązania z wybranym obszarem działalności marketingu cyfrowego w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów					X						X	X

22	KMC6S_UW3	Potrafi dobrać oraz wykorzystać właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w celu rozwiązania nietypowych problemów specyficznych dla działalności związanej z marketingiem cyfrowym								X			X		
23	KMC6S_UW4	Potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności marketingowej													
24	KMC6S_UW5	Potrafi wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami						X					X		
25	KMC6S_UW6	Potrafi zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym				X									
26	KMC6S_UW7	Potrafi brać aktywny udział w tworzeniu projektów i strategii marketingowych oraz modeli biznesowych											X	X	
27	KMC6S_UW8	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności związane z wybraną sferą działalności marketingowej korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii niezbędnych dla funkcjonowania organizacji	X												
28	KMC6S_UW9	potrafi poddać ocenie współczesne trendy w praktyce marketingu i badaniach marketingowych													
29	KMC6S_UW10	Posiada umiejętności identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego									X			X	
30	KMC6S_UW11	Potrafi analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego													X
31	KMC6S_UW12	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej													
32	KMC6S_UW13	Potrafi wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami			X			X	X		X			X	
33	KMC6S_UW14	Potrafi dopasować i zintegrować działania marketingu cyfrowego z ogólną strategią przedsiębiorstwa i innymi procesami biznesowymi										X			
34		Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego			X		X	X							

35	KMC6S_UK2	Potrafi zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu							X			X		
36	KMC6S_UK3	Potrafi wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej					X	X		X	X		X	
37	KMC6S_UK4	Potrafi analizować współczesne wyzwania komunikacji cyfrowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele					X			X				
38	KMC6S_UK5	Potrafi uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje					X							
39	KMC6S_UK6	Potrafi formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego	X	X		X								
40	KMC6S_UK7	Potrafi komunikować się werbalnie w mowie i piśmie w sposób przejrzysty i zrozumiały w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego												
41	KMC6S_UK8	Potrafi posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego												
42	KMC6S_UO1	Potrafi planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi												
43	KMC6S_UO2	Potrafi planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł		X		X						X		
44	KMC6S_UO3	Potrafi racjonalnie organizować zaplanowane działania indywidualne lub zespołowe z uwzględnieniem posiadanych zasobów				X							X	
45	KMC6S_UO4	Potrafi współdziałać w ramach prac zespołowych, w tym interdyscyplinarnych, komunikować się z innymi osobami, oceniać predyspozycje własne i pozostałych członków zespołu do wykonywania poszczególnych prac, przyjmować, a także delegować różne role i zadania			X		X							
46	KMC6S_UU1	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się w zakresie działań marketingu cyfrowego i zauważa konieczność uaktualniania nabytej wiedzy i posiadanych umiejętności praktycznych				X								

47	KMC6S_UU2	Potrafi samodzielnie planować i realizować powierzone mu zadania w trakcie praktyki zawodowej i jest świadomy znaczenia tej umiejętności w przyszłej pracy zawodowej												
Kompetencje społeczne – Absolwent jest gotów do:														
48	KMC6S_KK1	Jest gotów do krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów			X	X				X	X		X	X
49	KMC6S_KK2	Jest gotów do dostrzegania i formułowania problemów poznawczych i praktycznych związanych z wykonywaną pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań zasięgając również opinii ekspertów											X	X
50	KMC6S_KO1	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu												X
51	KMC6S_KO2	Jest gotów do współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego realizując projekty i przedsięwzięcia marketingowe uwzględniające ich aspekty społeczne, gospodarcze lub prawne					X	X			X			
52	KMC6S_KO3	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji						X						X
53	KMC6S_KO4	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym	X				X				X		X	
54	KMC6S_KR1	Jest gotów do profesjonalnego wykonywania obowiązków zawodowych, odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, dbając o dorobek i tradycje zawodu, pracuje zespołowo, potrafi przyjąć postawę lidera jeżeli wymaga tego sytuacja	X											
55	KMC6S_KR2	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom	X	X						X				

MATRYCA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (część 4)

L.p.	symbol kierunkowych efektów uczenia się	efekty kierunkowe	grupy zajęć												
			Skuteczna reklama w mediach cyfrowych	Podstawy copywritingu	Platformy aukcyjne i strony internetowe	Komunikacja z e-klientem	Budowanie stron www	Grafika cyfrowa	Video w marketingu	Cyberbezpieczeństwo w marketingu cyfrowym	Zarządzanie kryzysem w social mediach	You tube jako narzędzie komunikacji	Blogosfera i influencer marketing	Praktyka zawodowa	
Wiedza – Absolwent zna i rozumie:															
1	KMC6S_WG1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o marketingu jako części nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności zna pojęcia związane z marketingiem cyfrowym													X
2	KMC6S_WG2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne							X				X		X
3	KMC6S_WG3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe			X		X								
4	KMC6S_WG4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej						X							
5	KMC6S_WG5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu normy, zasady i standardy funkcjonowania organizacji, w tym w aspekcie				X				X	X				
6	KMC6S_WG6	Zna i rozumie pojęcia dotyczące prawnych i etycznych zasad odnoszących się do funkcjonowania organizacji, a w szczególności działań z zakresu marketingu cyfrowego								X	X				
7	KMC6S_WG7	Ma wiedzę i zna w zaawansowanym stopniu narzędzia niezbędne do kreowania wizerunku i planowania kariery	X	X			X						X	X	
8	KMC6S_WG8	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia marketingowe niezbędne do realizacji celów biznesowych			X	X			X				X		
9	KMC6S_WG9	Zna i rozumie teorię, zasady i koncepcje marketingu cyfrowego	X					X					X		
10	KMC6S_WG10	Zna i rozumie słownictwo z wybranego języka obcego charakterystyczne dla nauk o marketingu jako elementu nauk o zarządzaniu i jakości													

11	KMC6S_WG11	Zna i rozumie fundamentalne prawa i teorie odnośnie funkcjonowania rynku i gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów												
12	KMC6S_WK1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rodzaje, uwarunkowania i zależności społeczne odpowiednie dla nauk o marketingu, a w szczególności marketingu cyfrowym							X	X				
13	KMC6S_WK2	Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie kreującym działalność w kontekście marketingu cyfrowego dowolnej organizacji								X				
14	KMC6S_WK3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady zarządzania projektami marketingowymi, w tym zasady ich przygotowania, wdrażania i kontroli												
15	KMC6S_WK4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zależności między interesariuszami organizacji w tym metody zarządzania relacjami z klientem												
16	KMC6S_WK5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu uwarunkowania międzynarodowe mające wpływ na działalność marketingową							X	X				
17	KMC6S_WK6	Zna i rozumie definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego		X							X	X		
18	KMC6S_WK7	Zna i rozumie podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych												
19	KMC6S_WK8	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego	X			X							X	
Umiejętności – Absolwent potrafi:														
20	KMC6S_UW1	Potrafi odpowiednio dobrać informacje z różnych źródeł (literatura, bazy danych i inne) w języku polskim i obcym, dokonywać oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji w celu sformułowania i rozwiązania złożonych i nietypowych problemów z zakresu marketingu cyfrowego		X					X				X	
21	KMC6S_UW2	Potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych oraz analizować ich powiązania z wybranym obszarem działalności marketingu cyfrowego w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów				X	X							

22	KMC6S_UW3	Potrafi dobrać oraz wykorzystać właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w celu rozwiązania nietypowych problemów specyficznych dla działalności związanej z marketingiem cyfrowym				X		X			X			
23	KMC6S_UW4	Potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności marketingowej												
24	KMC6S_UW5	Potrafi wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami			X			X	X			X		
25	KMC6S_UW6	Potrafi zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym								X				
26	KMC6S_UW7	Potrafi brać aktywny udział w tworzeniu projektów i strategii marketingowych oraz modeli biznesowych												
27	KMC6S_UW8	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności związane z wybraną sferą działalności marketingowej korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii niezbędnych dla funkcjonowania organizacji						X	X			X		
28	KMC6S_UW9	potrafi poddać ocenie współczesne trendy w praktyce marketingu i badaniach marketingowych												
29	KMC6S_UW10	Posiada umiejętności identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego	X							X	X			
30	KMC6S_UW11	Potrafi analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego	X			X					X			
31	KMC6S_UW12	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej			X							X	X	
32	KMC6S_UW13	Potrafi wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami	X	X	X							X		
33	KMC6S_UW14	Potrafi dopasować i zintegrować działania marketingu cyfrowego z ogólną strategią przedsiębiorstwa i innymi procesami biznesowymi			X			X						
34	KMC6S_UK1	Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego				X						X		X

35	KMC6S_UK2	Potrafi zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu												
36	KMC6S_UK3	Potrafi wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej		X	X		X						X	
37	KMC6S_UK4	Potrafi analizować współczesne wyzwania komunikacji cyfrowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele	X						X			X		
38	KMC6S_UK5	Potrafi uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje								X				
39	KMC6S_UK6	Potrafi formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego				X			X	X				
40	KMC6S_UK7	Potrafi komunikować się werbalnie w mowie i piśmie w sposób przejrzysty i zrozumiały w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego												
41	KMC6S_UK8	Potrafi posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego												
42	KMC6S_UO1	Potrafi planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi		X		X							X	X
43	KMC6S_UO2	Potrafi planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł												X
44	KMC6S_UO3	Potrafi racjonalnie organizować zaplanowane działania indywidualne lub zespołowe z uwzględnieniem posiadanych zasobów					X	X						
45	KMC6S_UO4	Potrafi współdziałać w ramach prac zespołowych, w tym interdyscyplinarnych, komunikować się z innymi osobami, oceniać predyspozycje własne i pozostałych członków zespołu do wykonywania poszczególnych prac, przyjmować, a także delegować różne role i zadania		X	X	X			X				X	X
46	KMC6S_UU1	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się w zakresie działań marketingu cyfrowego i zauważa konieczność uaktualniania nabytej wiedzy i posiadanych umiejętności praktycznych		X			X							

47	KMC6S_UU2	Potrafi samodzielnie planować i realizować powierzone mu zadania w trakcie praktyki zawodowej i jest świadomy znaczenia tej umiejętności w przyszłej pracy zawodowej												X	
Kompetencje społeczne – Absolwent jest gotów do:															
48	KMC6S_KK1	Jest gotów do krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów												X	
49	KMC6S_KK2	Jest gotów do dostrzegania i formułowania problemów poznawczych i praktycznych związanych z wykonywaną pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań zasięgając również opinii ekspertów	X					X			X				
50	KMC6S_KO1	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu				X									
51	KMC6S_KO2	Jest gotów do współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego realizując projekty i przedsięwzięcia marketingowe uwzględniające ich aspekty społeczne, gospodarcze lub prawne		X				X			X				
52	KMC6S_KO3	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji			X			X	X						
53	KMC6S_KO4	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym	X		X		X								
54	KMC6S_KR1	Jest gotów do profesjonalnego wykonywania obowiązków zawodowych, odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, dbając o dorobek i tradycje zawodu, pracuje zespołowo, potrafi przyjąć postawę lidera jeżeli wymaga tego sytuacja					X							X	
55	KMC6S_KR2	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom							X	X			X		

MATRYCA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (część 5)

L.p.	symbol kierunkowych efektów uczenia się	efekty kierunkowe	grupy zajęć											
			Coaching	Zarządzanie zespołem	Excel dla zaawansowanych									
Wiedza – Absolwent zna i rozumie:														
1	KMC6S_WG1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o marketingu jako części nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności zna pojęcia związane z marketingiem cyfrowym												
2	KMC6S_WG2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne												
3	KMC6S_WG3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe			X									
4	KMC6S_WG4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej			X									
5	KMC6S_WG5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu normy, zasady i standardy funkcjonowania organizacji, w tym w aspekcie międzynarodowym		X										
6	KMC6S_WG6	Zna i rozumie pojęcia dotyczące prawnych i etycznych zasad odnoszących się do funkcjonowania organizacji, a w szczególności działań z zakresu marketingu cyfrowego												
7	KMC6S_WG7	Ma wiedzę i zna w zaawansowanym stopniu narzędzia niezbędne do kreowania wizerunku i planowania kariery	X											
8	KMC6S_WG8	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia marketingowe niezbędne do realizacji celów biznesowych												
9	KMC6S_WG9	Zna i rozumie teorię, zasady i koncepcje marketingu cyfrowego												

10	KMC6S_WG10	Zna i rozumie słownictwo z wybranego języka obcego charakterystyczne dla nauk o marketingu jako elementu nauk o zarządzaniu i jakości												
11	KMC6S_WG11	Zna i rozumie fundamentalne prawa i teorie odnośnie funkcjonowania rynku i gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów												
12	KMC6S_WK1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rodzaje, uwarunkowania i zależności społeczne odpowiednie dla nauk o marketingu, a w szczególności marketingu cyfrowym	X	X										
13	KMC6S_WK2	Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie kreującym działalność w kontekście marketingu cyfrowego dowolnej organizacji	X	X										
14	KMC6S_WK3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady zarządzania projektami marketingowymi, w tym zasady ich przygotowania, wdrażania i kontroli												
15	KMC6S_WK4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zależności między interesariuszami organizacji w tym metody zarządzania relacjami z klientem												
16	KMC6S_WK5	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu uwarunkowania międzynarodowe mające wpływ na działalność marketingową												
17	KMC6S_WK6	Zna i rozumie definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego												
18	KMC6S_WK7	Zna i rozumie podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych												
19	KMC6S_WK8	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego												
Umiejętności – Absolwent potrafi:														
20	KMC6S_UW1	Potrafi odpowiednio dobrać informacje z różnych źródeł (literatura, bazy danych i inne) w języku polskim i obcym, dokonywać oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji w celu sformułowania i rozwiązania złożonych i nietypowych problemów z zakresu marketingu cyfrowego												

21	KMC6S_UW2	Potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych oraz analizować ich powiązania z wybranym obszarem działalności marketingu cyfrowego w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów		X										
22	KMC6S_UW3	Potrafi dobrać oraz wykorzystać właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w celu rozwiązania nietypowych problemów specyficznych dla działalności związanej z marketingiem cyfrowym			X									
23	KMC6S_UW4	Potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności marketingowej												
24	KMC6S_UW5	Potrafi wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami			X									
25	KMC6S_UW6	Potrafi zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym												
26	KMC6S_UW7	Potrafi brać aktywny udział w tworzeniu projektów i strategii marketingowych oraz modeli biznesowych												
27	KMC6S_UW8	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności związane z wybraną sferą działalności marketingowej korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii niezbędnych dla funkcjonowania organizacji	X											
28	KMC6S_UW9	potrafi poddać ocenie współczesne trendy w praktyce marketingu i badaniach marketingowych												
29	KMC6S_UW10	Posiada umiejętności identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego												
30	KMC6S_UW11	Potrafi analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego												
31	KMC6S_UW12	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej												
32	KMC6S_UW13	Potrafi wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami												
33	KMC6S_UW14	Potrafi dopasować i zintegrować działania marketingu cyfrowego z ogólną strategią przedsiębiorstwa i innymi procesami biznesowymi												

34	KMC6S_UK1	Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego	X	X										
35	KMC6S_UK2	Potrafi zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu												
36	KMC6S_UK3	Potrafi wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej												
37	KMC6S_UK4	Potrafi analizować współczesne wyzwania komunikacji cyfrowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele												
38	KMC6S_UK5	Potrafi uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje	X											
39	KMC6S_UK6	Potrafi formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego												
40	KMC6S_UK7	Potrafi komunikować się werbalnie w mowie i piśmie w sposób przejrzysty i zrozumiały w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego												
41	KMC6S_UK8	Potrafi posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego												
42	KMC6S_UO1	Potrafi planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi		X										
43	KMC6S_UO2	Potrafi planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł												
44	KMC6S_UO3	Potrafi racjonalnie organizować zaplanowane działania indywidualne lub zespołowe z uwzględnieniem posiadanych zasobów		X	X									
45	KMC6S_UO4	Potrafi współdziałać w ramach prac zespołowych, w tym interdyscyplinarnych, komunikować się z innymi osobami, oceniać predyspozycje własne i pozostałych członków zespołu do wykonywania poszczególnych prac, przyjmować, a także delegować różne role i zadania		X										
46	KMC6S_UU1	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się w zakresie działań marketingu cyfrowego i zauważa konieczność uaktualniania nabytej wiedzy i posiadanych umiejętności praktycznych												

47	KMC6S_UU2	Potrafi samodzielnie planować i realizować powierzone mu zadania w trakcie praktyki zawodowej i jest świadomy znaczenia tej umiejętności w przyszłej pracy zawodowej												
Kompetencje społeczne – Absolwent jest gotów do:														
48	KMC6S_KK1	Jest gotów do krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów												
49	KMC6S_KK2	Jest gotów do dostrzegania i formułowania problemów poznawczych i praktycznych związanych z wykonywaną pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań zasięgając również opinii ekspertów	X											
50	KMC6S_KO1	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu			X									
51	KMC6S_KO2	Jest gotów do współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego realizując projekty i przedsięwzięcia marketingowe uwzględniające ich aspekty społeczne, gospodarcze lub prawne												
52	KMC6S_KO3	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji	X											
53	KMC6S_KO4	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym		X										
54	KMC6S_KR1	Jest gotów do profesjonalnego wykonywania obowiązków zawodowych, odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, dbając o dorobek i tradycje zawodu, pracuje zespołowo, potrafi przyjąć postawę lidera jeżeli wymaga tego sytuacja		X										
55	KMC6S_KR2	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom												

.....
data i podpis