

Uchwała Nr 6 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 Zarządzania we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku w Filii w Ełku, obowiązującego od roku akademickiego 2023/2024

.....  
pieczęćka Uczelni

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU  
MARKETING CYFROWY  
Wydział Zarządzania, Filia w Ełku  
Poziom studiów: I stopień  
Profil studiów: praktyczny  
obowiązujący od roku akademickiego 2023/2024  
określone Uchwałą Nr 6 Senatu Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku  
z dnia 3 marca 2023 roku**

Kod składnika opisu (poziom 6 PRK)	Opis charakterystyki I stopnia	Symbol efektu uczenia się	Opis zakładanych efektów uczenia się
<b>WIEDZA</b> <b>Absolwent zna i rozumie:</b>			
P6S_WG	w zaawansowanym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne	KMC6S_WG1	w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o marketingu jako części nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności zna pojęcia związane z marketingiem cyfrowym
		KMC6S_WG2	w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne
		KMC6S_WG3	w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe
		KMC6S_WG4	w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i

	oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów, a w przypadku studiów o profilu praktycznym – również zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z ich kierunkiem		analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej
		KMC6S_WG5	w zaawansowanym stopniu normy, zasady i standardy funkcjonowania organizacji, w tym w aspekcie międzynarodowym
		KMC6S_WG6	pojęcia dotyczące prawnych i etycznych zasad odnoszących się do funkcjonowania organizacji, a w szczególności działań z zakresu marketingu cyfrowego
		KMC6S_WG7	w zaawansowanym stopniu narzędzia niezbędne do kreowania wizerunku i planowania kariery
		KMC6S_WG8	w zaawansowanym stopniu narzędzia marketingowe niezbędne do realizacji celów biznesowych
		KMC6S_WG9	teorię, zasady i koncepcje marketingu cyfrowego
		KMC6S_WG10	słownictwo z wybranego języka obcego charakterystyczne dla nauk o marketingu jako elementu nauk o zarządzaniu i jakości
		KMC6S_WG11	fundamentalne prawa i teorie odnośnie funkcjonowania rynku i gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów
P6S_WK	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji	KMC6S_WK1	w zaawansowanym stopniu rodzaje, uwarunkowania i zależności społeczne odpowiednie dla nauk o marketingu, a w szczególności marketingu cyfrowym
		KMC6S_WK2	wiedzę o człowieku jako podmiocie kreującym działalność w kontekście marketingu cyfrowego dowolnej organizacji
		KMC6S_WK3	w zaawansowanym stopniu zasady zarządzania projektami marketingowymi, w tym zasady ich przygotowania, wdrażania i kontroli
		KMC6S_WK4	w zaawansowanym stopniu zależności między interesariuszami organizacji w tym metody zarządzania relacjami z klientem
		KMC6S_WK5	w zaawansowanym stopniu uwarunkowania międzynarodowe mające wpływ na działalność marketingową
	podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności	KMC6S_WK6	definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego

	zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	KMC6S_WK7	podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych
	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	KMC6S_WK8	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
<b>Absolwent potrafi:</b>			
P6S_UW	wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez: – właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, – dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	KMC6S_UW1	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
		KMC6S_UW2	dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych oraz analizować ich powiązania z wybranym obszarem działalności marketingu cyfrowego w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów
		KMC6S_UW3	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
		KMC6S_UW4	prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności marketingowej
		KMC6S_UW5	wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami
		KMC6S_UW6	zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym

		KMC6S_UW7	brać aktywny udział w tworzeniu projektów i strategii marketingowych oraz modeli biznesowych
	wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów – w przypadku studiów o profilu praktycznym	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
		KMC6S_UW9	potrafi poddać ocenie współczesne trendy w praktyce marketingu i badaniach marketingowych
		KMC6S_UW10	identyfikować i rozwiązywać problemy związane z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego
		KMC6S_UW11	analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego
		KMC6S_UW12	wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej
		KMC6S_UW13	wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami
		KMC6S_UW14	dopasować i zintegrować działania marketingu cyfrowego z ogólną strategią przedsiębiorstwa i innymi procesami biznesowymi
P6S_UK	komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii	KMC6S_UK1	komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego
		KMC6S_UK2	zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu
		KMC6S_UK3	wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej
		KMC6S_UK4	analizować współczesne wyzwania komunikacji cyfrowej dla przedsiębiorstwa i formułować jej cele

	brać udział w debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich	KMC6S_UK5	uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje
		KMC6S_UK6	formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego
	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	KMC6S_UK7	komunikować się werbalnie w mowie i piśmie w sposób przejrzysty i zrozumiały w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
		KMC6S_UK8	posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego
P6S_UO	planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole	KMC6S_UO1	planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi
		KMC6S_UO2	planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł
		KMC6S_UO3	racjonalnie organizować zaplanowane działania indywidualne lub zespołowe z uwzględnieniem posiadanych zasobów
	współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym)	KMC6S_UO4	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
P6S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	KMC6S_UU1	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się w zakresie działań marketingu cyfrowego i zauważa konieczność uaktualniania nabytej wiedzy i posiadanych umiejętności praktycznych
		KMC6S_UU2	samodzielnie planować i realizować powierzone mu zadania w trakcie praktyki zawodowej i jest świadomy znaczenia tej umiejętności w przyszłej pracy zawodowej
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b> <b>Absolwent jest gotów do:</b>			

P6S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	KMC6S_KK1	krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów
	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	KMC6S_KK2	Jest gotów do dostrzegania i formułowania problemów poznawczych i praktycznych związanych z wykonywaną pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań zasięgnięciem opinii ekspertów
P6S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	KMC6S_KO1	wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu
		KMC6S_KO2	współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego realizując projekty i przedsięwzięcia marketingowe uwzględniające ich aspekty społeczne, gospodarcze lub prawne
	inicjowania działań na rzecz interesu publicznego	KMC6S_KO3	inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji
	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	KMC6S_KO4	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym
P6S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym: – przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, – dbałości o dorobek i tradycje zawodu	KMC6S_KR1	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
		KMC6S_KR2	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom

Rektor  
Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych  
w Białymstoku

Dr Edward Hościłowicz, prof. WANS