

EFEKTY UCZENIA SIĘ:

STUDIA PODYPLOMOWE KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ I PUBLIC RELATIONS

Efekty uczenia się

Efekty uczenia się dla kierunku studiów, poziomu i profilu z uwzględnieniem uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia dla poziomów 6-7 określonych w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2016 r. poz. 64 i 1010) oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla poziomów 6-7 określonych w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U z 2018 r. poz. 2218).

Symbol	Efekty uczenia się	Odniesienie do: uniwersalnych charakterystyk poziomów w PRK ¹	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia uczenia się PRK ²
1	2	3	4
Wiedza: absolwent zna i rozumie			
SP_W01	historię, istotę, cele, narzędzia i podstawowe modele public relations oraz ich ewolucję	P7U_W	P7S_WG
SP_W02	zasady zintegrowanej komunikacji marketingowej i sposoby skutecznego wdrażania jej w praktyce	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
SP_W03	funkcje marketingu i założenia procesu segmentacji, targetingu, pozycjonowania oraz zasady wykorzystywania zestawu narzędzi marketingowych	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
SP_W04	znaczenie nowych technologii komunikacyjnych w marketingu i możliwości ich wykorzystania w przygotowywaniu i prezentowaniu analiz zjawisk, procesów i przemian zachodzących współcześnie	P7U_W	P7S_WG
SP_W05	zasady budowania relacji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym instytucji dla budowania marki osób i instytucji	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
SP_W06	znaczenie public relations i media relations dla skutecznego zarządzania organizacją	P7U_W	P7S_WG
Umiejętności: absolwent potrafi			
SP_U01	zorganizować pracę komórki odpowiedzialnej za komunikację marketingową w danej organizacji (firmie, instytucji publicznej) oraz skutecznie wykorzystywać narzędzia public i media relations	P7U_U	P7S_UW
SP_U02	reagować w sytuacjach kryzysowych i stosować optymalne dla sytuacji strategie wyjścia z kryzysu	P7U_U	P7S_UW
SP_U03	dokonać trafnego wyboru komunikacyjnej strategii marketingowej dla konkretnej organizacji	P7U_U	P7S_UW P7S_UO
SP_U04	stosować zarówno standardowe jak i niestandardowe narzędzia promocji w organizacjach komercyjnych, politycznych i nie nastawionych na zysk	P7U_U	P7S_UW P7S_UO

¹ Uniwersalne charakterystyki poziomów w PRK – załącznik do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. (Dz. U. z 2016 r. poz. 64 i poz. 1010).

² Charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 PRK lub charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6 i 7 PRK dla dziedziny sztuki - część I i część II załącznika do rozporządzenia MNiSW z dnia 14 listopada 2018 r. (Dz. U. z 2018 r. poz. 2218).

SP_U05	opracować strategię komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej dla wybranej instytucji, a następnie skutecznie ją realizować oraz zmierzyć efektywność działań public relations	P7U_U	P7S_UW P7S_UO
Kompetencje społeczne: absolwent jest gotów do			
SP_K01	prowadzenia w sposób otwarty i uczciwy skutecznej komunikacji marketingowej wybranej instytucji (firmy, urzędu, NGO, innej organizacji) lub osoby, w oparciu o zasady zintegrowanej komunikacji marketingowej i z wykorzystaniem mediów internetowych	P7U_K	P7S_KK
SP_K02	podjęcia pacy w dziale marketingu, public relations, biurze prasowym i dziale odpowiedzialnym za social media dowolnej instytucji – komercyjnej, publicznej, politycznej, społecznej	P7U_K	P7S_KK P7S_KR
SP_K03	pracy w agencji reklamowej i public relations oraz posiada kompetencje niezbędne do stworzenia własnej firmy zajmujące się komunikacją społeczną	P7U_K	P7S_KK P7S_KR
SP_K04	systematycznego podnoszenia kompetencji w zakresie doskonalenia umiejętności komunikacyjnych, zarówno komunikacji werbalnej, niewerbalnej jak i komunikowania medialnego, przy zastosowaniu mediów tradycyjnych i nowych mediów, w tym mediów internetowych	P7U_K	P7S_KK P7S_KR

Objaśnienie stosowanych oznaczeń:

1) Uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia poziomów PRK

P = poziom PRK (6-7)
U = charakterystyka uniwersalna
W = wiedza
U = umiejętności
K = kompetencje społeczne

Przykład:

P6U_W = poziom 6 PRK, charakterystyka uniwersalna, wiedza

2) Charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 PRK typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego i nauki po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4

P = poziom PRK (6-7)
S = charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego
W = wiedza
G = zakres i głębokość
K = kontekst
U = umiejętności
W = wykorzystanie wiedzy
K = komunikowanie się
O = organizacja pracy
U = uczenie się
K = kompetencje społeczne
K = oceny
O = odpowiedzialność
R = rola zawodowa

Przykład:

P6S_WK = poziom 6 PRK, charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego, wiedza – kontekst