

EFEKTY UCZENIA SIĘ: STUDIA PODYPLOMOWE DIGITAL MARKETING

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	podstawowe pojęcia z zakresu digital marketingu	P6U_W	P6S_WG
SP_W02	specyfikę polskiego i międzynarodowego rynku współczesnych usług marketingowych	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
SP_W03	narzędzia marketingowe i ich funkcje w obszarze digital	P6U_W	P6S_WG
SP_W04	prawidłowości związane z rozwiązaniami strategicznymi w marketingu	P6U_W	P6S_WG
SP_W05	sposoby prowadzenia badań i analiz we współczesnej praktyce marketingowej	P6U_W	P6S_WG
SP_W06	zasady tworzenia treści na potrzeby digital marketingu	P6U_W	P6S_WG
SP_W07	zagadnienia i przepisy w zakresie prawa internetowego	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
Umiejętności: absolwent potrafi			
SP_U01	przygotować projekt marketingowy i administrować nim	P6U_U	P6S_UW P6S_UO P6S_UU
SP_U02	przełożyć cele na działania w ramach aktywności marketingowej określonego podmiotu gospodarczego	P6U_U	P6S_UW P6S_UU
SP_U03	przygotować strategię marketingową w obszarze <i>digital</i>	P6U_U	P6S_UW P6S_UO P6S_UU
SP_U04	przeprowadzić analizę prawną określonego typu działalności marketingowej	P6U_U	P6S_UW P6S_UU
SP_U05	wykorzystać określone narzędzia badawcze i analityczne w ramach realizowanego projektu	P6U_U	P6S_UW P6S_UU
SP_U06	wykorzystać narzędzia marketingowe w obszarze e-commerce i reklamy internetowej	P6U_U	P6S_UW P6S_UK P6S_UU

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_U07	tworzyć treści dostosowane do aktualnych standardów estetycznych i technicznych	P6U_U	P6S_UW P6S_UK P6S_UU
Kompetencje społeczne: absolwent jest gotów do			
SP_K01	pracy indywidualnej i grupowej na rzecz realizacji projektu	P6U_K	P6S_KK P6S_KO P6S_KR
SP_K02	konsultacji i krytycznej analizy w obszarze realizowanych działań marketingowych	P6U_K	P6S_KK P6S_KO P6S_KR
SP_K03	wykorzystywania wskazanych platform społecznościowych w celu konsultacji, pogłębiania wiedzy czy zbiorowego rozwiązywania problemów	P6U_K	P6S_KK P6S_KO

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