

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych pn. *Digital Marketing w Sprzedaży i E-commerce*

Kod składnika opisu charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji lub/i kod składnika opisu efektów uczenia się charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym - poziomy 1-8	Opis charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji lub/i opis charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym – poziomy 1–8	Symbol efektu uczenia się dla studiów podyplomowych	Opis efektów uczenia się dla studiów podyplomowych
1	2	3	4
WIEDZA: absolwent zna i rozumie			
P7S_WG	w pogłębionym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów; główne tendencje rozwojowe dyscyplin naukowych lub artystycznych, do których jest przyporządkowany kierunek studiów	SP_P7S_WG1	teorie i modele z zakresu strategii marketingowych, psychologii zachowań konsumentów oraz technik sprzedaży, a także ich wzajemne powiązania w kontekście nowych mediów i e-commerce
		SP_P7S_WG2	kluczowe pojęcia, trendy rozwojowe oraz uwarunkowania prawne i etyczne związane z marketingiem cyfrowym, analityką internetową, cyberbezpieczeństwem oraz sztuczną inteligencją w marketingu
		SP_P7S_WG3	wpływ marketingu internetowego i nowych mediów na funkcjonowanie przedsiębiorstwa, w tym obszarów funkcjonalnych takich jak zarządzanie sprzedażą, marketingiem, projektami oraz automatyzacją sprzedaży
P7S_WK	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego; podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	SP_P7S_WK1	ekonomiczne, organizacyjne i technologiczne aspekty tworzenia i prowadzenia projektów e-commerce oraz świadczenia usług w obszarze marketingu cyfrowego w ramach przedsiębiorstw i działalności gospodarczej
		SP_P7S_WK2	uwarunkowania rozwoju organizacji w kontekście wdrożenia nowoczesnych narzędzi marketingowych w procesie sprzedaży produktów i usług
		SP_P7S_WK3	normy i reguły prawne i etyczne wykorzystywania narzędzi z zakresu analityki i reklamy internetowej

			w biznesie oraz zasady ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego
		SP_P7S_WK4	funkcjonalność nowoczesnych technologii marketingowych w procesie tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi			
P7S_UW	wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: - właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, - dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, - przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi; formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi	SP_P7S_UW1	przygotować materiały tekstowe oraz wizualne, dokonać ich wstępnej analizy, dobrać odpowiednie narzędzia marketingowe, przeprowadzić proces sprzedaży, a następnie dokonać analizy uzyskanych wyników sprzedażowych
		SP_P7S_UW2	posługiwać się odpowiednimi normami i regułami prawnymi, zawodowymi i moralnymi w pracy zawodowej z wykorzystaniem internetowych narzędzi marketingowych
		SP_P7S_UW3	samodzielnie zaprojektować, zaplanować i wdrożyć zintegrowaną strategię marketingowo-sprzedażową, dobierając adekwatne narzędzia i kanały komunikacji w celu rozwiązania konkretnego problemu biznesowego
		SP_P7S_UW4	tworzyć i edytować treści wizualne (fotografia, wideo), konfigurować i zarządzać kampaniami reklamowymi online oraz wykorzystywać narzędzia AI do automatyzacji i personalizacji marketingu
		SP_P7S_UW5	konfigurować narzędzia analityki internetowej, interpretować dane dotyczące ruchu na stronie i kampanii reklamowych, a na podstawie wniosków optymalizować działania w celu maksymalizacji zwrotu z inwestycji (ROI)
P7S_UK	komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców; przewodzić debaty; posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	SP_P7S_UK1	uczestniczyć w dyskusji dotyczącej założeń przygotowanej strategii marketingowej opartej o nowoczesne formy komunikacji w Internecie, wykorzystując specjalistyczne zwroty, również w języku angielskim
		SP_P7S_UK2	tworzyć skuteczne teksty sprzedażowe (copywriting), przygotowywać profesjonalne prezentacje, raporty z kampanii oraz komunikować się z klientami i zespołem, używając specjalistycznej terminologii
P7S_UO	kierować pracą zespołu; współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach	SP_P7S_UO1	przyjmować i wyznaczać zadania w zespole, aktywnie uczestniczyć w grupowej pracy projektowej pozwalającej na realizację celów związanych z tworzeniem strategii marketingowej

		SP_P7S_UO2	samodzielnie zaplanować i zorganizować pracę nad złożonym projektem e-marketingowym, takim jak wdrożenie sklepu internetowego, przeprowadzenie kampanii wielokanałowej czy opracowanie strategii content marketingowej
P7S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	SP_P7S_UU1	dokonać pogłębionej analizy własnych kompetencji i działań oraz wskazać ewentualne obszary wymagające modyfikacji w przyszłym działaniu
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do			
P7S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści; uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	SP_P7S_KK1	systematycznego uczenia się przez całe życie w związku ze świadomością dynamicznych zmian w technologiach i trendach marketingowych, podchodząc krytycznie do efektywności stosowanych rozwiązań
		SP_P7S_KK2	uzupełniania swoich kompetencji o wymiar interdyscyplinarny, wykorzystując w tym celu również opinie ekspertów
P7S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego; inicjowania działań na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	SP_P7S_KO1	identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z ograniczeniami związanymi z wykorzystywaniem nowych mediów i e-marketingu w sprzedaży
		SP_P7S_KO2	prowadzenia działań marketingowych w sposób etyczny i odpowiedzialny, z uwzględnieniem zasad cyberbezpieczeństwa oraz poszanowaniem prywatności użytkowników i zasad uczciwej konkurencji
P7S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: - rozwijania dorobku zawodu, - podtrzymywania etosu zawodu, - przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad	SP_P7S_KR1	profesjonalnego i rzetelnego wykonywania obowiązków specjalisty ds. marketingu i sprzedaży, dbając o wizerunek własny oraz firmy, uwzględniając etyczne aspekty pracy zawodowej

Po ukończeniu studiów podyplomowych absolwent uzyskuje kwalifikacje cząstkowe na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Objaśnienia:

Kolumna nr 1 i 2: uzupełniono na podstawie Rozporządzenia MNiSW z dnia 14 listopada 2018 r. (Dz. U. z 2018 roku, poz. 2218) w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6–8 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Kolumna nr 3 – symbol efektu uczenia dla studiów podyplomowych: SP_P7S – studia podyplomowe, poziom 7-Polskiej Ramy Kwalifikacji,

W– kategoria wiedza/ G – głębia;/ K – kontekst, U – kategoria umiejętności/ W- wykorzystanie wiedzy; / K- komunikowanie się;/ O - organizacja;/ U – uczenie się, K – kategoria kompetencje społeczne / K -ocena krytyczna; /O- odpowiedzialność; /R –rola zawodowa, 1, 2, 3 i kolejne – numer efektu uczenia się.

Kolumna nr 4 – opis treści efektów uczenia się.