

do Protokołu Nr 1a.2022/2023 z Kontynuacji posiedzenia Uczelnianej Komisji ds. Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia z dnia 23 stycznia 2023 roku, zwołanego na dzień 3 lutego 2023 roku

Uchwała nr 11.2022/2023

**Uczelnianej Komisji ds. Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia  
z dnia 3 lutego 2023 roku**

**w sprawie zaopiniowania programu studiów dla kierunku marketing cyfrowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej prowadzonego we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych od roku akademickiego 2023/2024**

Uczelniana Komisja ds. Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia uznając przedłożony program studiów dla kierunku **Marketing cyfrowy**, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej prowadzonego przez Wydział Nauk Ekonomicznych oraz Wydział Zarządzania we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku oraz w Filii w Ełku od roku akademickiego 2023/2024, za zgodny z wytycznymi określonymi w ustawie z dnia 20 lipca 2018 – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 574 z późn. zm.) oraz Uchwała Nr 1 Senatu Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku z dnia 27 maja 2022 r. w sprawie wprowadzenia zmian do Uchwały Nr 4 Senatu Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku z dnia 30 czerwca 2020 r. w sprawie określenia wytycznych w zakresie ustalania programów studiów pierwszego i drugiego stopnia w Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Białymstoku oraz w zakresie wykonywania podstawowych zadań uczelni od roku akademickiego 2020/2021, oraz w zakresie wykonywania podstawowych zadań uczelni od roku akademickiego 2020/2021, działając na podstawie § 15 ust. 4 pkt 3 Uchwały Nr 8 Senatu Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku z dnia 20 września 2019 r. w sprawie wprowadzenia w Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Białymstoku Uczelnianego Systemu Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia, po zasięgnięciu opinii Komisji ds. Jakości Kształcenia Wydziału Nauk Ekonomicznych oraz Wydziału Zarządzania, Samorządu Studenckiego we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku oraz w Filii w Ełku, uchwała co następuje:

§ 1.

Uczelniana Komisja ds. Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia pozytywnie opiniuje program studiów dla kierunku Marketing cyfrowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej prowadzonego przez:

- 1) Wydział Nauk Ekonomicznych we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku;
- 2) Wydział Zarządzania we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku w Filii w Ełku,

obowiązującego od roku akademickiego 2023/2024, w tym efekty uczenia się, matrycę efektów uczenia się oraz harmonogram realizacji programu studiów.

§ 2.

Program studiów dla kierunku **Marketing cyfrowy**, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej, stanowią odpowiednio załączniki do niniejszej uchwały:

- 1) dla Wydziału Nauk Ekonomicznych – załącznik Nr 1 do niniejszej uchwały;
- 2) dla Wydziału Zarządzania, filia w Ełku – załącznik nr 2 do niniejszej uchwały.

§ 3.

Uchwałą wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodnicząca  
Uczelnianej Komisji ds. Zapewnienia  
i Doskonalenia Jakości Kształcenia

***dr Dorota Sokołowska, prof. WANS***

do Uchwały nr 11.2022/2023 Uczelnianej Komisji ds. Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia z dnia 3 lutego 2023 roku w sprawie zaopiniowania programu studiów dla kierunku marketing cyfrowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej prowadzonego we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych od roku akademickiego 2023/2024

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU MARKETING CYFROWY**  
**Poziom studiów: I stopień**  
**Profil studiów: praktyczny**  
**obowiązujący od roku akademickiego 2023/2024**  
**określone Uchwałą Nr ..... Senatu Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku**  
**z dnia ..... 2023 roku**

Kod składnika opisu (poziom 6 PRK)	Opis charakterystyki I stopnia	Symbol efektu uczenia się	Opis zakładanych efektów uczenia się
<b>WIEDZA – 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 oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów, a w przypadku	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
		KMC6S_WG2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu miejsce nauk o marketingu cyfrowym w systemie nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich zastosowania praktyczne
		KMC6S_WG3	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu najnowsze technologie cyfrowe
		KMC6S_WG4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i analizy danych niezbędnych w działalności marketingowej

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

	podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	KMC6S_WK6	Zna i rozumie definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego
		KMC6S_WK7	Zna i rozumie podstawy ekonomii, zarządzania, prawa i statystyki niezbędne do tworzenia projektów i strategii marketingowych
	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	KMC6S_WK8	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem aktywności marketingowej, w szczególności w zakresie marketingu cyfrowego
<b>UMIEJĘTNOŚCI – 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	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
		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
		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
		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

		KMC6S_UW5	Potrafi wykorzystać narzędzia zarządzania marketingowego w zarządzaniu organizacjami
		KMC6S_UW6	Potrafi zastosować w praktyce specjalistyczne nazewnictwo i terminologię związaną z marketingiem cyfrowym
		KMC6S_UW7	Potrafi 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	Posiada umiejętności identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z działalnością marketingową, w tym w obszarze marketingu cyfrowego
		KMC6S_UW11	Potrafi analizować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz określić ich wpływ na działalność w obszarze marketingu cyfrowego
		KMC6S_UW12	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej
		KMC6S_UW13	Potrafi wykorzystać w praktyce zasady budowania wizerunku firmy i kształtowania relacji z klientami
		KMC6S_UW14	Potrafi 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	Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym używając odpowiedniej terminologii właściwej dla marketingu cyfrowego
		KMC6S_UK2	Potrafi zaprojektować i stworzyć program marketingowy na podstawie opinii, zachowań i potrzeb konsumentów po wcześniejszym ich zbadaniu

		KMC6S_UK3	Potrafi wskazać czynniki decydujące o sukcesie różnych metod i technik komunikacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji cyfrowej	
		KMC6S_UK4	Potrafi 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	Potrafi uczestniczyć w debacie dotyczącej marketingu cyfrowego, przedstawiać i oceniać różne opinie i prowadzić na ich temat dyskusje	
		KMC6S_UK6	Potrafi formułować poglądy dotyczące aktualnych problemów z zakresu marketingu cyfrowego	
	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	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	
		KMC6S_UK8	Potrafi posługiwać się językiem obcym z wykorzystaniem słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu cyfrowego	
	P6S_UO	planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole	KMC6S_UO1	Potrafi planować pracę swoją i osób w zespole oraz zarządzać nimi
			KMC6S_UO2	Potrafi planować i organizować proces przygotowania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych metod oraz źródeł
KMC6S_UO3			Potrafi 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	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	
P6S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	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
		KMC6S_UU2	Potrafi 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>			
P6S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	KMC6S_KK1	Jest gotów do krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy, w sytuacjach trudnych zasięga opinii ekspertów
	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania 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 zasięgając również opinii ekspertów
P6S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	KMC6S_KO1	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze marketingu
		KMC6S_KO2	Jest gotów do 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	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, będąc świadomym konieczności rozwoju społeczeństw i organizacji
	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	KMC6S_KO4	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie działań związanych z marketingiem cyfrowym
P6S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym:	KMC6S_KR1	Jest gotów do profesjonalnego wykonywania obowiązków zawodowych, odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy,



	– przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, – dbałości o dorobek i tradycje zawodu		dbając o dorobek i tradycje zawodu, pracuje zespołowo, potrafi przyjąć postawę lidera jeżeli wymaga tego sytuacja
		KMC6S_KR2	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych przestrzegając zasad etyki zawodowej oraz przekazując swoją wiedzę i doświadczenie innym osobom

.....  
 data i podpis

do Uchwały nr 11.2022/2023 Uczelnianej Komisji ds. Zapewnienia i Doskonalenia Jakości Kształcenia z dnia 3 lutego 2023 roku w sprawie zaopiniowania programu studiów dla kierunku marketing cyfrowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej prowadzonego we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych od roku akademickiego 2023/2024

**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 ..... Senatu Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku  
z dnia ..... 2023 roku**

<b>Kod składnika opisu (poziom 6 PRK)</b>	<b>Opis charakterystyki I stopnia</b>	<b>Symbol efektu uczenia się</b>	<b>Opis zakładanych efektów uczenia się</b>
<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	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

	tworzących podstawy teoretyczne 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	KMC6S_WG4	w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia prezentacji i 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 zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	KMC6S_WK6	definicje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego niezbędne w kontekście wykorzystania marketingu cyfrowego
		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
	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 zasięgania 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 zasięgając również 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

.....  
data i podpis