

Nazwa kierunku: <b>Zarządzanie komunikacją marketingową</b>				
Stopień studiów: drugi stopień				
Obszar/obszary kształcenia z określeniem procentowego udziału efektów w każdym z obszarów: nauki społeczne				
Profil: praktyczny				
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji: 7				
Symbole efektów kierunkowych	KIERUNKOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA <sup>i</sup>	Odniesienie do		
		uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia PRK	charakterystyk drugiego stopnia PRK - ogólnych	charakterystyk drugiego stopnia PRK dla obszaru: nauk społecznych
1	2	3	4	5
	<b>WIEDZA: ABSOLWENT ZNA/ROZUMIE; ABSOLWENT POSIADA/MA WIEDZĘ</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_W01	<b>ABSOLWENT MA</b> rozszerzoną wiedzę o komunikacji społecznej i jej miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W02	<b>ABSOLWENT POSIADA</b> rozszerzoną wiedzę o typach instytucji medialnych i ich istotnych elementach	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W03	<b>ABSOLWENT POSIADA</b> wiedzę z zarządzania i marketingu	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W04	<b>ABSOLWENT MA</b> wiedzę z zakresu ekonomii	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W05	<b>ABSOLWENT MA</b> pogłębioną wiedzę o relacjach między strukturami i instytucjami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W06	<b>ABSOLWENT POSIADA</b> szeroką wiedzę na temat ewolucji mediów i komunikowania społecznego	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W07	<b>ABSOLWENT ZNA</b> teorie mediów oraz metody analizy dzieła medialnego	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W08	<b>ABSOLWENT MA</b> rozszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie kultury oraz twórcy i uczestniku struktur społecznych determinowanych funkcjonalnością sfery publicznej	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W09	<b>ABSOLWENT POSIADA</b> szeroką wiedzę z zakresu prawa gospodarczego, prawa autorskiego i ochrony własności przemysłowej, prawa prasowego i innych regulacji prawnych mających zastosowanie w działalności związanej z zarządzaniem komunikacją marketingową	P7U_W	P7S_WK	P7S_WK
K_W10	<b>ABSOLWENT MA</b> wiedzę z zakresu filozofii i etyki, socjologii mediów, estetyki, etykiety i teorii kultury medialnej	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W011	<b>ABSOLWENT POSIADA</b> poszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania jakością, bezpieczeństwem i logistyką wydarzeń medialnych	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W12	<b>ABSOLWENT POSIADA</b> wiedzę w zakresie produkcji komunikatu reklamowego	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG

K_W13	<b>ABSOLWENT</b> POSIADA rozszerzoną wiedzę z zakresu produkcji medialnej z uwzględnieniem typologii mediów	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W14	<b>ABSOLWENT</b> POSIADA szeroką wiedzę o gatunkach dziennikarskich i innych formach wypowiedzi ustnych i pisemnych stosowanych w komunikacji marketingowej	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W15	<b>ABSOLWENT</b> POSIADA wiedzę z zakresu zasad wykorzystywania innych dyscyplin naukowych i osiągnięć techniki w celu rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości	P7U_W	P7S_WK	P7S_WK
K_W16	<b>ABSOLWENT</b> POSIADA szeroką wiedzę z zakresu technologii medialnych i świata wirtualnego	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W17	<b>ABSOLWENT</b> ZNA I ROZUMIE rolę zarządzania komunikacją marketingową we współczesnym świecie	P7U_W	P7S_WK	P7S_WK
K_W18	<b>ABSOLWENT</b> ZNA I ROZUMIE zasady współpracy w zespole projektowym	P7U_W	P7S_WK	P7S_WK
K_W19	<b>ABSOLWENT</b> ZNA I ROZUMIE główne historyczne i współczesne naukowe poglądy na temat społecznych uwarunkowań i skutków działania mediów	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W20	<b>ABSOLWENT</b> ZNA w sposób pogłębiony wybrane metody i techniki badań mediów i społecznych praktyk z nimi związanych	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W21	<b>ABSOLWENT</b> MA rozszerzoną wiedzę dotyczącą współczesnych procesów politycznych i społecznych w Polsce i na świecie	P7U_W	P7S_WK	P7S_WK
K_W22	<b>ABSOLWENT</b> ZNA I ROZUMIE rolę mediów w procesach globalizacji	P7U_W	P7S_WK	P7S_WK
K_W23	<b>ABSOLWENT</b> ZNA metody i narzędzia (techniki) pozyskiwania danych, właściwych dla komunikacji społecznej, pozwalające opisywać problemy związane z komunikacją marketingową	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W24	<b>ABSOLWENT</b> MA rozbudowaną wiedzę o - historycznych i współczesnych - społecznych, kulturowych i politycznych aspektach funkcjonowania poszczególnych mediów w relacjach z otoczeniem	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
K_W25	<b>ABSOLWENT</b> MA poszerzoną wiedzę na temat instrumentów i znaczenia marketingu oraz public relations	P7U_W	P7S_WG	P7S_WG
	<b>UMIĘTNOŚCI: ABSOLWENT POTRAFI</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_U01	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> prawidłowo interpretować zjawiska społeczne w zakresie nauki o mediach	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U02	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> pozyskiwać dane do opisu i analizowania procesów i zjawisk społecznych właściwych dla zarządzania komunikacją marketingową	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U03	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych, formułować własne opinie w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla zarządzania komunikacją marketingową	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U04	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> prognozować i modelować złożone procesy społeczne obejmujące zjawiska komunikacyjne z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi komunikacyjnych	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U05	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami w celu rozwiązania (wykonania) konkretnego zadania z zakresu zarządzania komunikacją marketingową	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U06	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> rozstrzygać dylematy pojawiające się w pracy zawodowej	P7U_U	P7S_UO	P7S_UW
K_U07	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> interpretować złożone procesy i zjawiska polityczne, społeczne, gospodarcze, kulturowe	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U08	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> prawidłowo odnosić regulacje prawne do określonych aspektów pracy specjalisty ds.	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW

	zarządzania komunikacją marketingową, a także właściwie je interpretować			
K_U09	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> skutecznie posługiwać się narzędziami komunikacji społecznej	P7U_U	P7S_UK	P7S_UW
K_U10	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> właściwie weryfikować i interpretować źródła informacji i wiedzy medialnej	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U11	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> samodzielnie zdobywać i wykorzystywać w pracy umiejętności praktyczne w zakresie zarządzania komunikacją marketingową	P7U_U	P7S_UU	P7S_UW
K_U12	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> posługiwać się w mowie i piśmie różnymi formami wypowiedzi z zakresu komunikacji marketingowej oraz stylami funkcjonalnymi polszczyzny w zależności od sytuacji komunikacyjnej	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U13	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej b2+ europejskiego systemu opisu kształcenia językowego oraz w wyższym stopniu w zakresie specjalistycznej terminologii	P7U_U	P7S_UK	P7S_UW
K_U14	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> w zaawansowanym stopniu wyszukiwać, selekcjonować i zdobywać informacje ze źródeł tradycyjnych i cyfrowych, wykorzystując zdobytą w ten sposób wiedzę w swojej pracy badawczej oraz w celach dokumentacyjnych, archiwizacyjnych i twórczych	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U15	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> formułować opinie krytyczne o zjawiskach i wytworach współczesnej cywilizacji na podstawie wyniesionej wiedzy naukowej i zdobytego doświadczenia	P7U_U	P7S_UK	P7S_UW
K_U16	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> opracować krytyczne teksty w różnych formach i publikować je na różnych platformach medialnych	P7U_U	P7S_UK	P7S_UW
K_U17	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> wykorzystać i weryfikować tradycyjne i cyfrowe źródła informacji	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U18	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> wykorzystać zdobyte umiejętności z zakresu wprowadzania danych do prac oryginalnych oraz wykorzystywać i dokumentować te umiejętności we własnych opracowaniach	P7U_U	P7S_UO	P7S_UW
K_U19	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> rozpoznać różne rodzaje wytworów kultury, ze szczególnym uwzględnieniem kultury medialnej, oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem typowych metod, w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego oraz miejsca w procesie historyczno-kulturowym	P7U_U	P7S_UW	P7S_UW
K_U20	<b>ABSOLWENT POTRAFI</b> efektywnie projektować, wdrażać, integrować i testować opracowane materiały na potrzeby reprezentowanej organizacji/institucji/przedsiębiorstwa	P7U_U	P7S_UO	P7S_UW
	<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE: ABSOLWENT JEST GOTÓW DO/ JEST OTWARTY NA/ ABSOLWENT WYKAZUJE</b>	<b>Kod składnik opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_K01	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> współpracy z innymi zawodami	P7U_K	P7S_KK	
K_K02	<b>ABSOLWENT WYKAZUJE</b> odporność na stres wynikającą z pracy w zespole	P7U_K	P7S_KR	
K_K03	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> twórczego myślenia	P7U_K	P7S_KK	
K_K04	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> ponoszenia odpowiedzialności za swoje działania	P7U_K	P7S_KR	
K_K05	<b>ABSOLWENT WYKAZUJE</b> świadomość znaczenia mediów we współczesnym świecie	P7U_K	P7S_KK	
K_K06	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> aktywnego uczestniczenia w życiu publicznym	P7U_K	P7S_KO	
K_K07	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> podjęcia pracy w szeregu zawodów związanych z mediami, komunikacją i przetwarzaniem informacji	P7U_K	P7S_KR	

K_K08	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> pracy w zespole, ma świadomość swojej roli w grupie zawodowej	P7U_K	P7S_KR	
K_K09	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> świadomego wykorzystywania języka w poszczególnych aspektach komunikacji społecznej	P7U_K	P7S_KK	
K_K10	<b>ABSOLWENT JEST OTWARTY NA</b> technologie medialne i społeczne praktyki z nimi związane	P7U_K	P7S_KK	
K_K11	<b>ABSOLWENT JEST GOTÓW DO</b> samodzielnego rozwiązywania zadań w pracy zawodowej	P7U_K	P7S_KR	
K_K12	<b>ABSOLWENT WYKAZUJE</b> świadomość konieczności stałego podnoszenia poziomu wiedzy i doskonalenia umiejętności	P7U_K	P7S_KR	
K_K13	<b>ABSOLWENT JEST OTWARTY NA</b> nowe formy komunikowania społecznego	P7U_K	P7S_KR	
K_K14	<b>ABSOLWENT</b> szanuje zasady etyki zawodowej i inne normy regulujące życie społeczne	P7U_K	P7S_KK	

<sup>1</sup> Opis zakładanych efektów kształcenia dla kierunku studiów wyższych, poziomu i profilu kształcenia uwzględnia:

- 1) wszystkie uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o *Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji* (ZSK) (Dz. U. z 2016 r. poz. 64 i 1010) właściwe dla danego poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji;
- 2) wszystkie charakterystyki drugiego stopnia (ogólne) określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 26 września 2016 r. w *sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego po uzyskaniu kwalifikacji na poziomie 4 – poziom 6-8 (cz. I)*;
- 3) wybrane efekty kształcenia właściwe dla obszaru lub obszarów kształcenia do których został przyporządkowany kierunek studiów dla kwalifikacji na danym poziomie Polskiej Ramy Kwalifikacji znajdujące się w rozporządzeniu *Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 26 września 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego po uzyskaniu kwalifikacji na poziomie 4 – poziom 6-8 (cz. II – właściwe dla danego obszaru/obszarów kształcenia, poziomu i profilu)*.