

Załącznik nr 1  
 do Uchwały Senatu UEK nr T.0022.55.2021  
 z dnia 14 czerwca 2021 roku

## PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

### *Digital Marketing*

#### 1. Adresaci studiów:

Osoby pracujące lub zamierzające pracować w działach marketingu odpowiedzialnych za planowanie i organizowanie kampanii marketingowych online, kampanii realizowanych w mediach społecznościowych oraz sklepach internetowych. Osoby prowadzące własną działalność gospodarczą, które chcą rozpocząć lub rozwinąć sprzedaż w internecie. Pracownicy średniego szczebla menedżerskiego. Osoby tuż po studiach chcące swoją przyszłość związać z *digital marketingiem*.

#### 2. Cel studiów:

Celem studiów jest nabycie i usystematyzowanie przez uczestników wiedzy oraz umiejętności praktycznych w zakresie marketingu cyfrowego i narzędzi wspierających działania marketingowe w internecie, jak również wiedzy dotyczącej zasad zarządzania i planowania kampanii marketingowych w przestrzeni wirtualnej. Ponadto celem jest również zdobycie wiedzy i umiejętności przygotowania i przeprowadzenia skutecznych kampanii sprzedażowych w mediach społecznościowych i sklepach internetowych. Ponadto celem studiów jest zdobycie przez uczestników specjalistycznych kompetencji w zakresie *digital marketingu* i przygotowania do pracy oraz działania w specyficznym środowisku umożliwiając im skuteczne zarządzanie marketingiem w firmie zorientowanej na działalność w sieci.

#### 3. Program studiów:

L.p.	Przedmiot	Wymiar godzinowy	ECTS
1.	Marketing – zarządzanie i strategię	12	3
2.	Prawo w digital marketingu	8	1
3.	Psychologia i zachowania e-konsumenta	8	1
4.	Marketing w mediach społecznościowych	16	3
5.	Marketing automation	8	1
6.	Pozycjonowanie stron internetowych i e-sklepów	12	2
7.	Efektywny E-commerce	16	3
8.	Planowanie i optymalizacja kampanii reklamowych w mediach społecznościowych – wstęp do projektu zaliczeniowego	24	4
9.	Podstawy projektowania graficznego	8	1
10.	Video i content marketing	16	2
11.	Analityka internetowa	8	1
12.	Copywriting – redagowanie tekstów i ich optymalizacja	8	1
13.	E-mail marketing	8	1
14.	Narzędzia pracy marketingowca – storrtelling, GoogleAds, podstawy WordPressa	16	2
15.	Digital Marketing – studium przypadku	8	1
16.	Indywidualne konsultacje – projektu zaliczeniowego	4	3
	Suma	180	30

#### 4. Czas trwania studiów oraz liczba godzin:

Studia podyplomowe odbywać będą się w trybie niestacjonarnym (zajęcia w soboty oraz w piątki lub niedziele). Wymiar godzin studiów podyplomowych to 180 godzin. Czas trwania studiów podyplomowych to dwa semestry.

#### 5. Warunki oraz sposób zaliczenia studiów:

Warunkiem uzyskania zaliczenia każdego przedmiotu jest obecność na zajęciach. Każdy semestr kończy się egzaminem w formie pisemnej. Na koniec studiów słuchacze przystępują do egzaminu końcowego oraz prezentacji zaprojektowanej kampanii marketingowej w internecie.

#### 6. Efekty uczenia się:

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych		
<b>Jednostka prowadząca:</b>	Krakowska Szkoła Biznesu UEK	
<b>Nazwa studiów podyplomowych:</b>	<i>Digital marketing</i>	
<b>Dziedzina nauki:</b>	Nauki społeczne	
<b>Profil studiów:</b>	ogólnoakademicki	
<b>Poziom PRK</b>	7	
<b>Poziom studiów:</b>	podyplomowe	
<b>Liczba semestrów:</b>	2	
Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się
<b>P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:</b>		
<b>DM_W1</b>	w pogłębionym stopniu teorie i koncepcje oraz zależności ekonomiczno-społeczne stanowiące najnowszą wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego, strategii marketingowych oraz sprzedaży w internecie	<b>P7S_WG_S1</b>
<b>DM_W2</b>	w pogłębionym stopniu prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obszarze marketingu cyfrowego i promocji internetowej	<b>P7S_WG_S2</b>
<b>DM_W3</b>	w pogłębionym stopniu funkcjonowanie podmiotów związanych z obszarem szeroko rozumianego marketingu cyfrowego, zarówno w	<b>P7S_WG_S3</b>

	odniesieniu do poziomu operacyjnego, jak i menedżerskiego	
<b>DM_W4</b>	w pogłębionym stopniu proces zmian zachodzący w obszarze promocji internetowej i marketingu organizacji biznesowych, w kontekście ich przyczyn, przebiegu i konsekwencji, a także uwarunkowań etycznych i cywilizacyjnych	<b>P7S_WK_S1</b>
<b>DM_W5</b>	w pogłębionym stopniu zasady ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego ze szczególnym uwzględnieniem przestrzeni wirtualnej	<b>P7S_WK_S2</b>
<b>P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:</b>		
<b>DM_U1</b>	wykorzystać posiadaną wiedzę do twórczego formułowania i rozwiązywania złożonych oraz niestandardowych problemów związanych z marketingiem cyfrowym, oraz wdrażania innowacyjnych i kreatywnych rozwiązań w zakresie planowania promocji w mediach społecznościowych, a także właściwie dobierać źródła informacji i dokonywać ich weryfikacji	<b>P7S_UW_S1</b>
<b>DM_U2</b>	prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska oraz procesy w odniesieniu do zagadnień związanych z marketingiem w internecie i jednostkach nie nastawionych na zysk	<b>P7S_UW_S2</b>
<b>DM_U3</b>	dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno – komunikacyjne oraz informatyczne, a także fachowe słownictwo do rozwiązywania pojawiających się problemów w zakresie nowoczesnego marketingu cyfrowego	<b>P7S_UK_S1</b>
<b>DM_U4</b>	komunikować się na tematy związane z marketingiem w sieci, promocją i strategią sprzedaży internetowej z szerokim i zróżnicowanym kręgiem odbiorców i partnerów	<b>P7S_UK_S2</b>
<b>DM_U5</b>	kierować pracą zespołu, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych przyjmując postawę lidera, motywować i inspirować członków zespołu do aktywności	<b>P7S_UO_S1</b>
<b>DM_U6</b>	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie	<b>P7S_UU_S1</b>
<b>P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów:</b>		
<b>DM_K1</b>	uznawać znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów zarządczych i praktycznych dotyczących marketingu w internecie oraz sygnalizować nieprawidłowości pojawiające się w działaniach marketingowych	<b>P7S_KK_S1</b>
<b>DM_K2</b>	korzystać z opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów dotyczących planów i strategii marketingowych w świecie cyfrowym	<b>P7S_KK_S2</b>

<b>DM_K3</b>	do wypełniania zobowiązań społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	<b>P7S_KO_S1</b>
<b>DM_K4</b>	inicjować działania na rzecz interesu publicznego, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	<b>P7S_KO_S2</b>
<b>DM_K5</b>	do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym do podtrzymywania odpowiedniego etosu zawodu	<b>P7S_KR_S1</b>

**Objaśnienia oznaczeń w symbolach dotyczących kierunku studiów podyplomowych:**

**DM**– kierunek studiów podyplomowych *Digital marketing*

- **W** – kategoria wiedzy
- **U** – kategoria umiejętności
- **K** – kategoria kompetencji społecznych
- **01, 02, 03 i kolejne** – numer efektu uczenia się

**Objaśnienia oznaczeń w odniesieniach do charakterystyk efektów uczenia się**

- **P** – poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)
- **P7S** – charakterystyka drugiego stopnia poziomu 7 PRK

**P7U\_W** – charakterystyka uniwersalna (**WIEDZA**):

- **P7S\_WG** – charakterystyka drugiego stopnia (zakres i głębokość)
- **P7S\_WK** – charakterystyka drugiego stopnia (kontekst)

**P7U\_U** – charakterystyka uniwersalna (**UMIEJĘTNOŚCI**):

- **P7S\_UW** – charakterystyka drugiego stopnia (wykorzystanie wiedzy)
- **P7S\_UK** – charakterystyka drugiego stopnia (komunikowanie się)
- **P7S\_UO** – charakterystyka drugiego stopnia (organizacja pracy)
- **P7S\_UU** – charakterystyka drugiego stopnia (uczenie się)

**P7U\_K** – charakterystyka uniwersalna (**KOMPETENCJE SPOŁECZNE**):

- **P7S\_KK** – charakterystyka drugiego stopnia (oceny/krytyczne podejście)
- **P7S\_KO** – charakterystyka drugiego stopnia (odpowiedzialność)
- **P7S\_KR** – charakterystyka drugiego stopnia (rola zawodowa)

S1, S2, S3... - kody składnika opisu odnoszące się do dziedziny uczenia się w zakresie nauk społecznych