

Załącznik nr 7

do Uchwały Senatu UEK nr T.0022.2.2021

z dnia 18 stycznia 2021 roku

## PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

### *Marketing*

#### 1. Adresaci studiów:

Osoby pracujące lub zamierzające pracować w działach marketingu. Osoby prowadzące własną działalność gospodarczą. Pracownicy średniego szczebla menedżerskiego. Osoby tuż po studiach chcące swoją przyszłość związać z marketingiem.

#### 2. Cel studiów:

Celem studiów jest przekazanie i usystematyzowanie niezbędnej wiedzy oraz umiejętności praktycznych w zakresie marketingu i nauk wspomagających marketing, jak również wiedzy dotyczącej zasad marketingowych i zachowań na eurorynku. Studia te dają również wiedzę i umiejętności formułowania strategii marketingowych dla działania firm na jednolitym rynku wewnętrznym Unii Europejskiej. Na zajęciach wiele uwagi poświęca się zagadnieniom stosowania zasad i reguł marketingu w praktyce, badań marketingowych oraz analiz i technik wspomagających tę działalność i umożliwiających skuteczne zarządzanie marketingiem w firmie zorientowanej rynkowo.

#### 3. Program studiów:

L.p.	Przedmiot	Wymiar godzinowy	ECTS
1.	Zachowania konsumenta	5	1
2.	Podstawy marketingu	5	1
3.	Badania marketingowe	6	1
4.	Analiza rynku	5	1
5.	Reklama	5	1
6.	Podstawy Public Relations	5	1
7.	Media Relations	5	1
8.	PR w sytuacjach kryzysowych	6	1
9.	Merchandising	5	1
10.	Dystrybucja	5	1
11.	Event marketing	5	1
12.	E-marketing	6	1
13.	Eco-Marketing	5	1
14.	Social Media Marketing	5	1
15.	Zarządzanie marketingiem	6	1
16.	CRM (Customer Relationship Management)	6	1
17.	Organizacja i sztuka sprzedaży	6	1
18.	Programy lojalnościowe	5	1
19.	Różnice międzykulturowe	5	1

20.	Funkcjonowanie agencji reklamowej	5	1
21.	Funkcjonowanie działu marketingu w firmie	6	1
22.	Marketing międzynarodowy	5	1
23.	Marketing usług	6	1
24.	Komunikacja w grupie	6	1
25.	Autoprezentacja	5	1
26.	Negocjacje	6	1
27.	Prawna ochrona rynku i konsumenta	6	1
28.	Strategia marki	6	1
29.	<i>Influencer</i> w marketingu	5	1
30.	Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu	6	1
31.	Planowanie marketingu	5	1
32.	Gra symulacyjna – zarządzanie projektem marketingowym	12	2
33.	Seminarium dyplomowe	10	3
	Suma	190	36

#### 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 190 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 obrony pracy końcowej.

#### 6. Efekty uczenia się:

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych	
<b>Jednostka prowadząca:</b>	Krakowska Szkoła Biznesu UEK
<b>Nazwa studiów podyplomowych:</b>	<i>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>MARK_W1</b>	w zaawansowanym stopniu teorie i koncepcje oraz zależności ekonomiczno–społeczne stanowiące pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania jednostkami kontrolnymi właściwych dla studiowanego kierunku studiów	<b>P7S_WG_S1</b>
<b>MARK_W2</b>	w zaawansowanym stopniu prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w ramach studiowanego kierunku studiów.	<b>P7S_WG_S2</b>
<b>MARK_W3</b>	w zaawansowanym stopniu funkcjonowanie podmiotów związanych z obszarem szeroko rozumianego zarządzania, kontroli, zarówno w odniesieniu do poziomu operacyjnego, jak i menedżerskiego.	<b>P7S_WG_S3</b>
<b>MARK_W4</b>	w pogłębionym stopniu proces zmian zachodzący w obszarze kontroli i zarządzania organizacjami biznesowymi i nie tylko, w kontekście ich przyczyn, przebiegu i konsekwencji, a także uwarunkowań etycznych i cywilizacyjnych	<b>P7S_WK_S1</b>
<b>MARK_W5</b>	w zaawansowanym stopniu zasady ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego.	<b>P7S_WK_S2</b>
<b>P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:</b>		
<b>MARK_U1</b>	wykorzystać posiadaną wiedzę do twórczego formułowania i rozwiązywania złożonych oraz niestandardowych problemów związanych z zarządzaniem ryzykiem, kontroli oraz wdrażania innowacyjnych i kreatywnych rozwiązań, a także właściwie dobierać źródła informacji i dokonywać ich weryfikacji.	<b>P7S_UW_S1</b>
<b>MARK_U2</b>	prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska oraz procesy w odniesieniu do zagadnień związanych z zarządzaniem ryzykiem i kontrolą w biznesie i jednostkach nie nastawionych na zysk, a w sytuacjach bardziej skomplikowanych korzystać z porad właściwych ekspertów.	<b>P7S_UW_S2</b>
<b>MARK_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 realizowanego kierunku studiów.	<b>P7S_UK_S1</b>
<b>MARK_U4</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>MARK_U5</b>	komunikować się na tematy związane z zarządzaniem, ryzykiem i kontrolą z szerokim i zróżnicowanym kręgiem odbiorców i partnerów, a także 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>MARK_K1</b>	uznawać znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów zarządczych i praktycznych dotyczących problemów kontroli oraz sygnalizowania nieprawidłowości.	<b>P7S_KK_S1</b>
<b>MARK_K2</b>	korzystać z opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów zarządczych i kontrolnych.	<b>P7S_KK_S2</b>
<b>MARK_K3</b>	do wypełniania zobowiązań społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.	<b>P7S_KO_S1</b>
<b>MARK_K4</b>	inicjować działania na rzecz interesu publicznego, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	<b>P7S_KO_S2</b>
<b>MARK_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:**

**MARK** – kierunek studiów podyplomowych *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 głębia)
- **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