

1.	Nazwa kierunku	informacja naukowa i bibliotekoznawstwo
2.	Cykl rozpoczęcia	2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing internetowy

Kod modułu: 02-BN-PI-S2-MI02

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
MI02_1	Student ma wiedzę z zakresu marketingu internetowego, zna najnowsze trendy w tym zakresie, potrafi wymienić i opisać narzędzia marketingu internetowego	K_W04	5
MI02_2	Student ma pogłębioną wiedzę o specyfice działania współczesnego konsumenta w Internecie, potrafi wyjaśnić procesy podejmowania decyzji konsumenckich oraz wskazać sposoby oddziaływania na klienta	K_W11	3
MI02_3	Student potrafi stosować narzędzia marketingu internetowego (m.in. display, e-mail marketing, remarketing, content marketing, marketing partyzancki) oraz dopasować je do realizowanego w instytucji modelu biznesowego	K_U02	5
MI02_4	Student umie samodzielnie oraz zespołowo opracować i zrealizować strategię kampanii reklamowej w Internecie. Potrafi wykorzystać najnowsze narzędzia do analizy profilu klienta oraz oceny skuteczności podejmowanych działań. Umie zintegrować działania w sferze internetowej z tradycyjnymi formami marketingu	K_U06 K_U08	5 5
MI02_5	Student potrafi wykorzystać aplikacje webowe do budowania relacji z różnymi grupami interesariuszy	K_K03	2
MI02_6	Student zna etyczne i prawne aspekty wykorzystania marketingu internetowego	K_K04	2

3. Opis modułu	
Opis	W ramach modułu studenci poszerzą wiedzę z zakresu marketingu oraz zdobędą praktyczne umiejętności wykorzystania Internetu do celów marketingowych. Opanują podstawy e-marketingu, poznają skuteczne i efektywne metody wykorzystania najnowszych trendów w marketingu internetowym oraz specyfikę zachowania konsumentów w sieci. Zyskają umiejętność zaplanowania skutecznej kampanii promocyjnej w Internecie.
Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu.

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
MI02_w_1	Prezentacja	Przygotowanie prezentacji dotyczącej praktycznego zastosowania narzędzi marketingu internetowego w wybranej instytucji	MI02_1, MI02_2, MI02_3, MI02_4, MI02_5, MI02_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MI02_fs_1	ćwiczenia	Analiza przykładów (case study) działań marketingowych podejmowanych w Internecie przez różne instytucje w Polsce i na świecie	15		45	MI02_w_1