

1.	Field of study	Information Architecture
2.	Academic year of entry	2018/2019 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
4.	Degree profile	general academic
5.	Mode of study	full-time

Module: Marketing internetowy

Module code: 02-AI-S1-MI06

1. Number of the ECTS credits: 2

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
MI06_1	Student ma wiedzę z zakresu marketingu internetowego, zna najnowsze trendy w tym zakresie, potrafi wymienić i opisać narzędzia marketingu internetowego.	K_W11	5
MI06_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_W08	3
MI06_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_U03	5
MI06_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_U09 K_U12	5 5
MI06_5	Student potrafi wykorzystać środowisko internetowe do budowania relacji z różnymi grupami interesariuszy.	K_K04	4
MI06_6	Student zna etyczne i prawne aspekty wykorzystania marketingu internetowego.	K_K05	3

3. Module description	
Description	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.
Prerequisites	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu.

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
MI06_w_1	Prezentacja	Przygotowanie prezentacji omawiającej przykłady praktycznego zastosowania narzędzi marketingu internetowego w wybranej instytucji.	MI06_1, MI06_2, MI06_3, MI06_4, MI06_5, MI06_6
MI06_w_2	Projekt	Projekt wdrożenia wybranych narzędzi marketingu internetowego dla wskazanej instytucji.	MI06_1, MI06_2, MI06_3, MI06_4, MI06_5, MI06_6

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
MI06_fs_1	laboratory classes	Analiza przykładów (case study) działań marketingowych podejmowanych w Internecie przez różne instytucje w Polsce i na świecie. Ocena narzędzi e-marketingu oraz ich dopasowywanie do profilu działalności instytucji przy użyciu klasycznej metody problemowej oraz analizy SWOT.	30	Lektura uzupełniająca zgodna z zaleceniami prowadzącego. Przygotowanie prezentacji i/ lub projektów zgodnie z wymogami prowadzącego.	30	MI06_w_1, MI06_w_2