

1.	Nazwa kierunku	kultury mediów
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Podstawy marketingu

Kod modułu: 02-MO1N-13-40

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
40_K02	potrafi współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role; potrafi uczestniczyć w zespołowym opracowaniu problemów i zagadnień badawczych	02-MO1SN-13_U15	5
40_K04	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane ze specyfiką zawodu w branży marketingowej	02-MO1SN-13_K01	5
40_U01	potrafi wyszukiwać informacje z wykorzystaniem różnych źródeł; dokonuje prawidłowej oceny i selekcji informacji	02-MO1SN-13_U01	5
40_U02	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze, kierując się wskazówkami wykładowcy	02-MO1SN-13_U02	5
40_U04	potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną w analizie konkretnych studiów przypadków; sprawnie i ze zrozumieniem posługuje się specjalistyczną terminologią	02-MO1SN-13_U04	5
40_U06	bierze aktywny udział w dyskusji, potrafi umiejętnie argumentować na rzecz przyjętego stanowiska, z wykorzystaniem poglądów innych autorów, oraz formułować wnioski	02-MO1SN-13_U06	5
40_U09	posiada umiejętność przygotowania prezentacji multimedialnych, dotyczących zagadnień szczegółowych (m.in. związanych ze narzędziami i strategiami stosowanymi w marketingu), z wykorzystaniem podstawowej wiedzy zdobytej podczas wykładów i uzupełnionej o własną pracę badawczą	02-MO1SN-13_U09	5
40_W03	ma uporządkowaną ogólną wiedzę z zakresu marketingu; zna elementarną terminologię, metody i narzędzia komunikacji marketingowej	02-MO1SN-13_W03	5
40_W05	posiada podstawową wiedzę o powiązaniach dziedzin badań nad marketingiem, zna podobieństwa i różnice pomiędzy dyscyplinami pokrewnymi	02-MO1SN-13_W05	5

40_W06	ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju badań nad marketingiem; orientuje się w najnowszych trendach	02-MO1SN-13_W06	5
--------	---	-----------------	---

3. Opis modułu	
Opis	W ramach modułu studenci poznają podstawowe wiadomości o istocie marketingu, koncepcie marketingowym, a w szczególności: grupie docelowej, kreśleniu potrzeb klienta, opracowaniu produktu lub usługi, które mają zaspokoić te potrzeby, komunikacji z klientem, zaoferowaniu usług. Studenci poznają następujące rodzaje marketingu: globalny, polityczny, zintegrowany, wirusowy. Studenci poznają różnice między marketingiem, Public Relations, reklamą etc.
Wymagania wstępne	Brak.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
02-MO1SN-13-w_pm	prezentacja multimedialna	sprawdzenie umiejętności i kompetencji	40_K02, 40_U01, 40_U02, 40_U04, 40_U09
02-MO1SN-13-w_d	dyskusja/debata sprawdzająca	sprawdzenie umiejętności i kompetencji	40_K04, 40_U02, 40_U04, 40_U06
02-MO1SN-13-w_t	test/praca pisemna	weryfikacja wiedzy i umiejętności w oparciu o treść zajęć i wskazaną w sylabusie literaturę	40_U01, 40_U04, 40_W03, 40_W05, 40_W06

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
02-MO1N-13-f_w	wykład	wykład prezentujący problematykę	10	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy z zakresu wskazanych zagadnień podstawowych	15	02-MO1SN-13-w_t
02-MO1N-13-f_wr	warsztat	praca z tekstami teoretycznymi, rozwiązywanie problemów i zadań	10	lektura wybranych tekstów poszerzających wiedzę, przygotowanie prezentacji multimedialnej lub projektu, przygotowanie stosownej argumentacji do dyskusji na zadany temat	15	02-MO1SN-13-w_pm, 02-MO1SN-13-w_d