

1. Field of study	Journalism and Social Communication	
2. Faculty	Faculty of Social Sciences	
3. Academic year of entry	2019/2020 (winter term)	
4. Level of qualifications/degree	second-cycle studies	
5. Degree profile	general academic	
6. Mode of study	part-time	

Module: Marketing i reklama

Module code: MiR

1. Number of the ECTS credits: 4

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
MiR_K_1	Jest przygotowany stosować w praktyce marketingowej normy etyczne	K10	5
MiR_K_2	Doceniając wagę kreatywnego podejścia jest przygotowany do uczestniczenia w projektach z zakresu marketingu i reklamy wymagających współpracy w grupie	K09 K13	4 4
MiR_U_1	Identyfikuje, analizuje, ocenia wybrane zjawiska z zakresu marketingu i reklamy, formułuje krytyczne sądy na temat konsekwencji stosowania marketingu i reklamy w życiu społecznym	U01 U02 U03	5 5 5
MiR_U_2	Przedstawia, z zachowaniem profesjonalnych (w tym etycznych) zasad właściwych dla praktyki studiowanej dziedziny, rozwiązania problemów związanych ze stosowaniem strategii marketingowych oraz reklamowych	U08 U10	4 4
MiR_W_1	Zna terminologię, wybrane modele i koncepcje teoretyczne z zakresu marketingu i reklamy	W01 W10	5 5
MiR_W_2	Rozumie i posiada pogłębioną wiedzę na temat tendencji rozwojowych i uwarunkowań procesu marketingu, zarządzania marketingowego oraz zarządzania reklamą, rozumie konsekwencje społeczne tych procesów	W06 W07	4 4

3. Module description	
Description	Celem wykładów i ćwiczeń jest zapoznanie studentów w warstwie teoretycznej i praktycznej z problematyką marketingu i reklamy. Student ma zdobyć wiedzę, dzięki której będzie potrafił opisać i wyjaśnić proces marketingu i reklamy z uwzględnieniem jego podstawowych uwarunkowań oraz krytycznie rozważyć podstawowe dylematy teoretyczne i praktyczne związane z tymi dziedzinami. Zajęcia mają także służyć zdobyciu podstawowych umiejętności i

	kompetencji służących wykorzystaniu zasad i instrumentarium marketingu i reklamy, a także wypracowaniu postawy doceniającej wartość twórczego i etycznego zaangażowania w te procesy.
Prerequisites	Zna podstawowe teorie dotyczące komunikacji społecznej i zarządzania

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
MiR_w_1	Zaliczenie	W trakcie ćwiczeń prowadzący ocenia wiedzę, umiejętności i kompetencje studentów na podstawie ich aktywności w moderowanej przez niego dyskusji oraz przygotowanych przez studentów projektów polegających na omówieniu wybranych, przedmiotowych problemów	MiR_K_1, MiR_K_2, MiR_U_1, MiR_U_2, MiR_W_1, MiR_W_2
MiR_w_2	Egzamin pisemny	Prowadzący zadaje pytania obejmujące przedmiotową wiedzę i stawia problemy do rozwiązania wymagające wykorzystania zdobytych w trakcie zajęć umiejętności.	MiR_U_1, MiR_U_2, MiR_W_1, MiR_W_2

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	
MiR_r_1	lecture	wykład wybranych zagadnień z wykorzystaniem pomocy audiowizualnych	20	- przygotowanie studenta do egzaminu, - lektura literatury przedmiotowej.	60	MiR_w_2
MiR_r_2	practical classes	- dyskusja moderowana przez prowadzącego ćwiczenia, - studia przypadków, - analizowanie i rozwiązywanie praktycznych problemów z zakresu marketingu i reklamy.	10	- studia literatury przedmiotu, - przygotowywanie wystąpień ustnych, - praca w grupie nad projektami realizowanymi w ramach zajęć	90	MiR_w_1