

1.	Nazwa kierunku	organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing w mediach

Kod modułu: 09-OF-N2-MRKb

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
MRKb_1	Student rozumie znaczenie marketingu w sprzedaży usług świadczonych przez podmioty medialne	K_W03	5
MRKb_2	Student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu marketingu w mediach ze szczególnym uwzględnieniem strategii promocyjnych	K_W03	5
MRKb_3	Ma rozeznanie w czynnikach wpływających na decyzje marketingowe podejmowane w sferze produkcji dóbr medialnych	K_W03	5
MRKb_4	Potrafi przeprowadzić analizę SWAT , określić segment docelowy	K_U02	5
MRKb_5	Wie jak pozycjonować siebie i firmę w której jest zatrudniony		
MRKb_6	Potrafi wykorzystać w praktyce instrumenty komunikacji marketingowej ze szczególnym uwzględnieniem reklamy i promocji		
MRKb_7	Ma świadomość konieczności przestrzegania norm prawnych i etycznych w działaniach marketingowych	K_K07	5

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest przybliżenie studentom podstawowych pojęć z zakresu marketingu . Uświadomić , bazując na przykładach ,że we współczesnej kulturze medialnej nie wystarczy dobry produkt , czy usługa , optymalnie zorganizowana sprzedaż . Na zajęciach teoria marketingu podawana jest w trakcie zajęć praktycznych . Studenci uczą się marketingu i jego stosowania na bazie własnych pomysłów marketingu wybranych przez siebie produktów czy usług . W czasie zajęć prowadzący wykorzystuje własne doświadczenia z kierowania agencja reklamowa typu „ full service „ (promocja Psow , Urowadzenie Agaty i Balangi)
Wymagania wstępne	

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MRKb_w_1	Zaliczenie z oceną	Frekwencja , aktywność i weryfikacja wiedzy teoretycznej w czasie rozwiązywania "studium przypadku"	MRKb_1, MRKb_2, MRKb_3, MRKb_4, MRKb_5, MRKb_6, MRKb_7

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	
MRKab_fns_1	wykład	Prezentowany jest dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotu , ilustrowany doświadczeniem praktycznym prowadzącego zajęcia	15	Przyswaja wiedze teoretyczna by moc ja zastosować w trakcie ćwiczeń	45	MRKb_w_1
MRKb_fns_2	ćwiczenia	Forma warsztatów w czasie których studenci rozwiązują samodzielnie zadane zagadnienia praktyczne	15	Studenci opracowują założenia własnej działalności gospodarczej i opracowują strategię marketingowa w elementami praktyki	45	MRKb_w_1