

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej</b>
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	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Marketing w mediach

**Kod modułu:** 09-OF-S2-MRkb

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
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	K_U08	5
MRKb_6	Potrafi wykorzystać w praktyce instrumenty komunikacji marketingowej ze szczególnym uwzględnieniem reklamy i promocji	K_U08	5
MRKb_7	Ma świadomość konieczności przestrzegania norm prawnych i etycznych w działaniach marketingowych	K_K07	5

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	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 )
<b>Wymagania wstępne</b>	

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	
MRKa_fs_2	ćwiczenia	Forma warsztatów w czasie których studenci rozwiązują samodzielnie zadane zagadnienia praktyczne	15	Studenci opracowują założenia własnej działalności gospodarczej i opracowują strategię marketingową w elementami praktyki	30	MRKb_w_1
MRKb_fs_1	wykład	Prezentowany jest dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotu , ilustrowany doświadczeniem praktycznym prowadzącego zajęcia	15	Przyswaja wiedze teoretyczna by móc ja zastosować w trakcie ćwiczeń	30	MRKb_w_1