

1.	Field of study	Media Cultures
2.	Academic year of entry	2014/2015 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
4.	Degree profile	general academic
5.	Mode of study	full-time

Module: Elements of Marketing

Module code: 02-MO1S-13-40

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)
40_K02	potrafi współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role; potrafi uczestniczyć w zespołowym opracowaniu problemów i zagadnień badawczych	02-MO1SN-13_K02	5
40_K04	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane ze specyfiką zawodu w branży marketingowej	02-MO1SN-13_K04	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 z 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. Module description

Description	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.
Prerequisites	Brak.

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
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. 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	
02-MO1S-13-f_l	laboratory classes	praca z tekstami teoretycznymi, rozwiązywanie problemów i zadań	15	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
02-MO1S-13-f_w	lecture	wykład prezentujący problematykę	15	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy z zakresu wskazanych zagadnień podstawowych	15	02-MO1SN-13-w_t