

**Uchwała nr 20/2019/2020**  
**Senatu Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach**  
**z dnia 1 sierpnia 2020 r.**  
**w sprawie ustalenia programu kształcenia specjalistycznego, w tym efektów uczenia się**  
**w zakresie *Marketing w nowych mediach***

Na podstawie ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j.: Dz. U. z 2020 r. poz. 85 z późn. zm.), ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j.: Dz. U. z 2020 r. poz. 226), rozporządzenia MEN oraz MNiSW w sprawie charakterystyki drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowej dla kwalifikacji uzyskiwanych po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – poziom 5 (Dz. U. z 2016 r. poz. 915) oraz Statutu WSZOP, uchwała się, co następuje:

§ 1

1. Senat zatwierdza przedstawiony przez Rektora program kształcenia specjalistycznego, w tym efekty uczenia się w zakresie *Marketing w nowych mediach*.
2. Efekty uczenia się dostosowane są do rozporządzenia MEN oraz MNiSW w sprawie charakterystyki drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowej dla kwalifikacji uzyskiwanych po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – poziom 5.

§ 2

Program kształcenia specjalistycznego, w tym efekty uczenia się, o którym mowa w § 1 ust. 1 stanowi załącznik do przedmiotowej Uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem 1 sierpnia 2020 r. z mocą obowiązywania od roku akademickiego 2020/21.

REKTOR

  
prof. dr hab. inż. Bohdan Mochnacki



# **Program kształcenia specjalistycznego Marketing w nowych mediach**

**Obowiązuje słuchaczy rozpoczynających naukę w roku akademickim  
2020/2021**

## 1. Charakterystyka kształcenia specjalistycznego

| Lp. | Ogólna charakterystyka kształcenia           |                                   |                           |
|-----|--|-----------------------------------|---------------------------|
| 1.  | Nazwa kierunku kształcenia specjalistycznego | <i>Marketing w nowych mediach</i> |                           |
| 2.  | Poziom kształcenia specjalistycznego         | V PRK                             |                           |
| 3.  | Profil                                       | praktyczny                        |                           |
| 4.  | Forma studiów                                | stacjonarna i niestacjonarna      |                           |
| 5.  | Okres trwania studiów                        | 3 semestry                        |                           |
| 6.  | Liczba punktów ECTS                          | 90                                |                           |
| 7.  | Liczba godzin                                | 600                               |                           |
| 8.  | Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta   | Dyplomowany specjalista           | dla kandydatów z maturą   |
|     |  | Specjalista                       | dla kandydatów bez matury |

## 2. Plan kształcenia specjalistycznego

| Lp. | Zakres kształcenia  |
|-----|---|
| 1.  | Social media jako skuteczne narzędzie biznesowe                       |
| 2.  | Zasady i techniki tworzenia przekazu marketingowego                   |
| 3.  | Projektowanie przekazu marketingowego                                 |
| 4.  | Kreowanie reklamowego dźwięku i obrazu foto/video                     |
| 5.  | Planowanie i realizacja kampanii marketingowej                        |
| 6.  | Diagnostyka, analiza i wykorzystanie trendów w nowych mediach         |
| 7.  | Analiza skuteczności i efektywności kampanii marketingowej            |
| 8.  | Etyka zawodu specjalisty ds. marketingu w nowych mediach              |
| 9.  | Język obcy zawodowy   |
| 10. | Kształtowanie kompetencji personalnych i społecznych                  |
| 11. | Ewaluacja efektywności kampanii marketingowej                         |
| 12. | Uregulowania prawne i bezpieczeństwo pracy w marketingu nowych mediów |
| 13. | Praktyki zawodowe   |

### 3. Efekty uczenia się

| Symbol EU dla kształcenia specjalistycznego | <b>WIEDZA</b><br>(słuchacz zna i rozumie)   | Kod składnika opisu charakterystyki |
|---|---|-------------------------------------|
| MNM_W 01                                    | współczesne narzędzia marketingu i PR, formy i sposoby reklamowania się (portale internetowe, strony www, social media) oraz praktyczne aspekty z tym związane.   | P5S_WG                              |
| MNM_W 02                                    | podstawowe pojęcia na temat reklamy i marketingu, w tym ich roli w działaniach biznesowych i marketingowych.  | P5S_WG                              |
| MNM_W 03                                    | techniki wytwarzania przekazu marketingowego, w tym tworzenia tekstów reklamowych, zasady projektowania graficznego, elementów identyfikacji wizualnej, grafik social media, zasady typografii, grafiki komputerowej, zastosowania foto/video w multimedialnych kanałach komunikacji. | P5S_WG                              |
| MNM_W 04                                    | metody i narzędzia badań marketingowych, zasady skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, zagadnienia na temat wpływu kontekstu społecznego i kulturowego na sposób komunikacji.   | P5S_WG                              |
| MNM_W 05                                    | zasady planowania kampanii content marketingowej, psychologii reklamy i komunikacji marki.  | P5S_WG                              |
| MNM_W 06                                    | zasady kształtowania wizerunku organizacji, praktyczne aspekty PR, w tym relacji z mediami.   | P5S_WG                              |
| MNM_W 07                                    | społeczne normy etyczne w działalności reklamowej, a także przepisy prawa w zakresie reklamy, w tym prawa autorskiego i medialnego oraz zasady bezpiecznie wykonywanej pracy (BHP).   | P5S_WK                              |
| Symbol EU dla kształcenia specjalistycznego | <b>UMIĘJĘTNOŚCI</b><br>(słuchacz potrafi)   | Kod składnika opisu charakterystyki |
| MNM_U 01                                    | posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy i marketingu, w tym określić ich rolę w działaniach biznesowych i marketingowych, różnorodność przekazów social mediów.   | P5S_UW                              |
| MNM_U 02                                    | stworzyć strategię skutecznego przekazu marketingowego oraz listę wytycznych dla opracowania przekazu reklamowego (tzw. brief kreatywny).   | P5S_UW                              |
| MNM_U 03                                    | stosować zasady tworzenia tekstów reklamowych, projektowania graficznego, typografii, elementów identyfikacji wizualnej, fotografii komputerowej oraz foto/video w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego w multimedialnych kanałach komunikacji.                                 | P5S_UW                              |
| MNM_U 04                                    | wykonać projekt reklamy, posługiwać się dokumentacją dotyczącą przygotowania reklamy, opracowywać strategię komunikacji marki, plan kampanii marketingowej, zaplanować budżet kampanii social mediów w oparciu o zasięg, wyświetlenia, reakcje.                                       | P5S_UW                              |
| MNM_U 05                                    | stosować kreatywne techniki w procesie tworzenia marketingu nowych mediów, dokonywać analizy proponowanych rozwiązań, przestrzegać norm prawnych i etycznych w obszarze działań marketingowych.   | P5S_UW                              |
| MNM_U 06                                    | planować badania skuteczności i efektywności kampanii marketingowej opracowywać i interpretować wyniki tych badań, opisać skuteczność i efektywność kampanii marketingowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE.   | P5S_UW                              |
| MNM_U 07                                    | kształtować wizerunek w Internecie, skutecznie budować relacje z mediami.   | P5S_UW                              |
| MNM_U 08                                    | posługiwać się podstawowym zasobem słów w języku obcym nowożytnym umożliwiającym realizację czynności zawodowych.   | P5S_UK                              |
| MNM_U 09                                    | zaplanować i zorganizować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań.  | P5S_UO<br>P5S_UW                    |

|  |   |  |
|--|---|--|
| MNM_U 10   | dokonywać analizy i oceny swoich potrzeb w zakresie realizowanych czynności zawodowych.   | P5S_UU                                     |
| <b>Symbol EU dla kształcenia specjalistycznego</b> | <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b><br>(słuchacz jest gotów do)  | <b>Kod składnika opisu charakterystyki</b> |
| MNM_K 01   | ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych, a także uczestnicząc w szkoleniach specjalistycznych oraz biorąc udział w pracach stowarzyszeń branżowych. | P5S_KK                                     |
| MNM_K 02   | doskonalenia umiejętności zawodowych, krytycznej oceny siebie oraz członków zespołów i organizacji, w których pracuje.  | P5S_KK                                     |
| MNM_K 03   | poniesienia odpowiedzialności za podejmowane działania, myślenia kreatywnego oraz działania w sposób przedsiębiorczy.   | P5S_KO                                     |
| MNM_K 04   | stosowania technik radzenia sobie ze stresem i metod rozwiązywania problemów oraz przestrzegania zasad komunikacji interpersonalnej.  | P5S_KR                                     |
| MNM_K 05   | przestrzegania zasad kultury organizacyjnej i etyki zawodowej, tworzenia i rozwijania wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy.  | P5S_KR                                     |

Objaśnienie oznaczeń dla kolumny „Symbol EU dla kierunku kształcenia specjalistycznego” \*

XY\_W 01, 02, 03 i kolejne = specjalistyczny efekt uczenia się – Wiedza

XY\_U 01, 02, 03 i kolejne = specjalistyczny efekt uczenia się – Umiejętności

XY\_K 01, 02, 03 i kolejne = specjalistyczny efekt uczenia się – Kompetencje społeczne

\*XY = symbol kierunku kształcenia specjalistycznego (np. MNM, SEO, TCHK, ST MPG, L).

Objaśnienie oznaczeń dla kolumny „Kod składnika opisu charakterystyki

**I. Uniwersalne charakterystyki poziomów PRK**

P = poziom PRK (5)

U = charakterystyka uniwersalna

W = wiedza

U = umiejętności

K = kompetencje społeczne

**II. Charakterystyki poziomów PRK typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego**

P = poziom PRK (5)

S = charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego

**W = wiedza**

G = zakres i głębokość

K = kontekst

**U = umiejętność**

W = wykorzystanie wiedzy

K = komunikowanie się

O = organizacja pracy

U = uczenie się

**K = kompetencje społeczne**

K = oceny

O = odpowiedzialność

R = rola zawodowa

Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku, poziomu i profilu kształcenia uwzględnia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 5 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji oraz charakterystyki drugiego stopnia dla poziomu 5 określone w rozporządzeniu MEN i MNiSW z dnia 17 czerwca 2016 r. w sprawie charakterystyki drugiego stopnia polskiej ramy kwalifikacyjnej typowej dla kwalifikacji uzyskiwanych po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – poziom 5.