

Zatwierdzony przez Radę Wydziału w dniu 2-8 LUT. 2013

UNIwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej

DZIEKANAT

WYDZIAŁ POLITOLOGII

pieczęć wydziału
30-084 Kraków, ul. Podchorążych 2

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów	Marketing i nowoczesna promocja
---------------	---------------------------------

Liczba semestrów

2

Liczba punktów ECTS

60

Dziedzina/dziedziny w których prowadzone jest kształcenie:	Dyscyplina/dyscypliny w których prowadzone jest kształcenie:
Dziedzina nauk społecznych	nauki o zarządzaniu i jakości – 55%
	nauki o polityce i administracji – 35%
	ekonomia i finanse – 5%
	nauki prawne – 5%

I. WARUNKI PRZYJĘCIA NA STUDIA (w tym dodatkowe wymagania):

Ukończenie studiów pierwszego lub drugiego stopnia. Poświadczenie poziomu kwalifikacji pełnych oraz osiągnięcia efektów kształcenia przewidzianych dla 6 lub 7 poziomu PRK : Dyplom ukończenia studiów wyższych na dowolnym kierunku studiów.

II. KWALIFIKACJE I UPRAWNIENIA UZYSKANE PO UKOŃCZENIU STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Charakterystyka kwalifikacji cząstkowych uzyskanych po ukończeniu studiów podyplomowych

Absolwent nabywa wiedzę i umiejętności praktyczne do opracowywania, wdrożenia, zarządzania i badania skuteczności kampanii promocyjnej oraz strategii promocyjnej organizacji w nowoczesnych i/ lub tradycyjnych mediach przy wykorzystaniu instrumentów z zakresu promotional-mix. W związku z tym, studia adresowane są do osób zainteresowanych rozwojem organizacji poprzez efektywnie prowadzone działania promocyjne, do menedżerów i specjalistów z przedsiębiorstw, jednostek administracji publicznej i organizacji społecznych, osób zaangażowanych w działalność polityczną i społeczną, które zajmują się marketingiem, promocją marketingową, Public Relations, kontaktami z mediami, organizowaniem wydarzeń specjalnych, planowaniem i realizacją kampanii promocyjnych, odpowiadają za opracowywanie wdrażanie, zarządzanie i kontrolowanie skuteczności strategii promocyjnych.

Uprawnienia związane z posiadanymi kwalifikacjami

Nie dotyczy.

K02	Potrafi wykazywać postawę przedsiębiorczą w zakresie inicjowania różnych działań prospołecznych i prośrodowiskowych samodzielnie i we współpracy z innymi, ustalać priorytety, planować i organizować zadania, oceniać i weryfikować działania.
K03	Potrafi skutecznie komunikować się z otoczeniem, argumentować swoje opinie i oceny.
K04	Jest otwarty na różne postawy i poglądy innych, kieruje się zasadą tolerancji i etyczną postawą w swoich działaniach.

IV. FORMY SPRAWDZANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (matryca efektów uczenia się)

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W1						X	X	X		X		X	
W2						X	X	X		X			
W3						X	X	X		X			
W4						X	X	X		X		X	
W5						X	X	X		X			
W6						X	X	X		X			
W7						X	X	X		X			
W8						X	X	X		X		X	
W9						X	X	X		X		X	
W10						X	X	X		X			
W11						X	X	X		X			
U1						X	X	X		X			
U2						X	X	X		X			
U3						X	X	X		X			
U4						X	X	X		X			
U5						X	X	X		X			
K1						X	X	X					
K2						X	X	X					
K3						X	X	X					
K4						X	X	X					

DZIEKAN
WYDZIAŁU POLITOLOGII
Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie

.....
prof. dr hab. s. n.
pieczęć i podpis Dziekana

PLAN STUDIÓW

semestr 1

zajęcia dydaktyczne

zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Marketing i zintegrowane zarządzanie marketingowe	10	10						20	E	5
Psychologia zachowań konsumenckich	10	-						10	-	3
Badania marketingowe i segmentacja rynku	5	10						15	-	3
Marka i zarządzanie marką	10	10						20	-	4
Promocja marketingowa i instrumenty promotional-mix	15	15						30	E	5
Etyczne i prawne aspekty promocji	10	5						15	E	3
Nowoczesne i tradycyjne media w promocji	10	5						15	-	3
Metody i narzędzia e-marketingu	10	20						30	-	4
	80	75					-	155	3	30

semestr 2

zajęcia dydaktyczne

zajęcia dydaktyczne	godziny kontaktowe								E/-	punkty ECTS
nazwa kursu	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Social Media Marketing	-	10						10	-	3
Content Marketing	-	10						10	-	3
Planowanie i finansowanie kampanii promocyjnej	10	20						30	-	4
Strategie promocji w marketingu	10	20						30	E	5
Controlling marketingowy	-	10						10	-	3
Public Relations i zarządzanie komunikacją w sytuacji kryzysowej	-	15						15	-	3
Event marketing – organizacja wydarzeń specjalnych	-	10						10	-	3
Marketing społeczny	-	10						10	-	3
Marketing lokalny i zarządzanie wizerunkiem miejsc	10	-						10	-	3
	30	105						135	1	30

Łączna liczba godzin: 290

Łączna liczba pkt. ECTS: 60