



Uchwalony przez Radę Instytutu
w dn.

Ustalony przez Senat

.....
pieczęć Instytutu

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów	Marketing i kreatywna reklama
---------------	-------------------------------

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 – 70%
	Ekonomia i finanse – 15%
	Nauki prawne – 15%

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

Ukończenie studiów I lub II stopnia lub jednolitych magisterskich. 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 strategii marketingowej i kampanii reklamowej organizacji w internecie przy wykorzystaniu różnych instrumentów promocyjnych. Duży nacisk będzie kładziony na kreatywne aspekty działań marketingowych. Słuchacze nabiorą praktycznych umiejętności z zakresu obsługi różnych praktycznych narzędzi współczesnego marketera. Studia adresowane są do osób, które chcą rozpocząć pracę w marketingu, myślą o przebranżowieniu się, ale również tych, które są zainteresowane rozwojem organizacji poprzez efektywnie prowadzone działania promocyjne, tj. do menedżerów i specjalistów z przedsiębiorstw, jednostek administracji publicznej i organizacji społecznych, osób zaangażowanych w działalność polityczną i społeczną, które zajmują się marketingiem, reklamą, Public Relations, kontaktami z mediami, organizowaniem wydarzeń specjalnych, planowaniem i realizacją kampanii promocyjnych, odpowiadają za opracowywanie wdrażanie, zarządzanie i kontrolowanie skuteczności kampanii promocyjnych.

Nie dotyczy.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych	
WIEDZA	
W01	Rozumie koncepcję marketingu i jej znaczenie we współczesnej organizacji. Zna narzędzia marketingowe, jak również wskaźniki efektywności marketingu.
W02	Posiada wiedzę na temat metod badań marketingowych, technik analizy strategicznej służących do oceny otoczenia, jak również sposoby segmentacji rynku i wyboru rynku docelowego. Rozumie istotę Persony oraz content marketingu.
W03	Posiada wiedzę odnośnie komunikacji (promocji) i reklamy w internecie w zgodzie z prawem. Zna przepisy prawne dotyczące działalności marketingowej.
UMIĘTNOŚCI	
U01	Potrafi stosować wybrane nowoczesne narzędzia współczesnego marketera służące do badań marketingowych i segmentacji rynku, w tym m.in. narzędzia do monitoringu i analizy mediów społecznościowych.
U02	Potrafi projektować produkt i reklamę wykorzystując kreatywne techniki. Zna narzędzia kreacji reklamowej i potrafi obsługiwać wybrane z nich. Potrafi tworzyć angażujące komunikaty promocyjne.
U03	Potrafi tworzyć komunikaty reklamowe zgodnie z prawem. Potrafi pozyskiwać dane klientów w zgodzie z literą prawa.
U04	Potrafi zaprojektować strategię marketingową. Potrafi planować i organizować efektywną kampanię promocyjną, jak również wykorzystywać popularne narzędzia marketera do jej realizacji.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	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.
K02	Potrafi skutecznie komunikować się z otoczeniem, argumentować swoje opinie i oceny.
K03	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					
W2							X	X					
W3							X	x					
U1					X								
U2					X								
U3							X						
U4							X						
K1							X	X					
K2							x	X					
K3							X	X					

.....

Pieczęć i podpis Dyrektora Instytutu

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH: **MARKETING I KREATYWNA REKLAMA**

semestr 1

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach						E-learning				razem
		A	K	L	S	P						
Filary marketingu	10	5						15	E	3		
Strategia marketingowa		20						20	ZO	3		
Trening kreatywnego marketera		10						10	ZO	1		
Metody i narzędzia e-marketingu				15				15	ZO	2		
Marka i zarządzanie marką		10						10	ZO	1		
Efektywna reklama		20						20	ZO	3		
Website marketing				10				10	ZO	1		
Media relations i influencer marketing		10						10	ZO	1		
Prawo w marketingu	10							10	ZO	1		
Pozostałe zajęcia (praktyka)												
	20	75		25				120	1	0	16	

semestr 2

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach						E-learning				razem
		A	K	L	S	P						
Social Media Marketing	5	15						20	ZO	3		
Content Marketing i Copywriting		10						10	ZO	1		
E-mail marketing		10						10	ZO	1		
Wideo marketing				10				10	ZO	1		
Kreacja reklamowa				15				15	ZO	2		
Planowanie i organizowanie kampanii		15						15	ZO	2		

reklamowej												
Kampania social media ads		10						10	ZO		1	
Internet PR		10						10	ZO		1	
Marketing społeczny		10						10	ZO		1	
Event marketing		10						10	ZO		1	
Pozostałe zajęcia (praktyka)												
	5	90		25				120	-	0	14	

Łączna liczba godzin: 240
Łączna liczba pkt. ECTS: 30

.....
pieczęć i podpis Dyrektora Instytutu

Uchwała nr 3/IV/2022

Rady Instytutu Prawa i Ekonomii

Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

z dnia 13 kwietnia 2022 roku

w sprawie opracowania planu i programów studiów podyplomowych

„Marketing i kreatywna reklama”

Na podstawie § 45 pkt. 5 Statutu Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie oraz § 2 ust. 1 Zarządzenia Nr RD.Z.0211.2.2021 Prorektora ds. Kształcenia Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie z dnia 9 marca 2021 roku w sprawie zasad opracowywania programów studiów podyplomowych rozpoczynających się od roku akademickiego 2021/2022:

§ 1.

Rada Instytutu przyjmuje opracowany plan studiów podyplomowych „Marketing i kreatywna reklama”, który stanowi załącznik nr 1 do uchwały.

§ 2.

Rada Instytutu przyjmuje opracowany program studiów podyplomowych „Marketing i kreatywna reklama”, który stanowi załącznik nr 2 do uchwały.

§ 3.

Rada Instytutu przedkłada plan i program studiów podyplomowych „Marketing i kreatywna reklama” Senatowi do uchwalenia.

§ 4.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Zastępca Dyrektora
Instytutu Prawa i Ekonomii

dr Wojciech Maciejewski

