

Załącznik nr 6 do uchwały nr 107/VII/V/2022
Senatu ANS w Koninie z dnia 17 maja 2022 r.
w sprawie ustalenia programów kształcenia
specjalistycznego w Akademii Nauk Stosowanych
w Koninie dla cyklu kształcenia 2022-2024

AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W KONINIE
WYDZIAŁ NAUK EKONOMICZNYCH I TECHNICZNYCH



PROGRAM KSZTAŁCENIA SPECJALISTYCZNEGO

Nazwa programu

MARKETING W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Kod programu

MMS_2022_2024

Autorzy programu:

Mgr Marcin Olejniczak

Mgr Zdzisław Siwik (POWA P.P.U)

Data opracowania: 04-03-2021

Aktualizacja: 09-05-2021

1. Ogólna charakterystyka kształcenia

1.1. Podstawowe informacje

Czas trwania kształcenia:	
• liczba semestrów	3
• liczba godzin	480 (w tym 120 godzin praktyki zawodowej)
Liczba punktów ECTS	90
Wiodąca dyscyplina naukowa	nauki o komunikacji społecznej i mediach
Pozostałe dyscypliny naukowe	nauki o zarządzaniu i jakości informatyka techniczna i telekomunikacja
Kwalifikacje nadawane po ukończeniu kształcenia specjalistycznego osobom posiadającym świadectwo dojrzałości	Kwalifikacja pełna na poziomie 5 PRK Dyplomowany specjalista do spraw marketingu w mediach społecznościowych

1.2. Koncepcja kształcenia

<p>Współczesna gospodarka, w dobie społeczeństwa informacyjnego, podlega ustawicznym procesom mediatyzacji, dynamizowanym przez rozwój technologii cyfrowych. Działalność przedsiębiorstw ulega swoistej deterytorializacji. Działania reklamowe, promocyjne, czy szerzej – marketingowe, nabierają nowego, wirtualnego wymiaru. Celem kształcenia specjalistycznego jest wszechstronne, praktyczne przygotowanie uczestników do prowadzenia działalności związanej z marketingiem w mediach społecznościowych.</p> <p>Kształcenie specjalistyczne przeznaczone jest dla osób, które chcą osiąść wiedzę i zdobyć umiejętności oraz kompetencje umożliwiające profesjonalne świadczenie usług dotyczących marketingu, z wykorzystaniem potencjału nowych mediów. Uczestnicy będą przygotowani do pracy w: agencjach reklamowych, działach marketingu, agencjach public relations, przedsiębiorstwach wykorzystujących media społecznościowe w swoich strategiach marketingowych. Ponadto uczestnicy będą przygotowani po podjęcia własnej działalności gospodarczej w przyszłościowej branży marketingu w mediach społecznościowych.</p> <p>Instytucjami współpracującymi, w ramach realizacji kształcenia specjalistycznego, są lokalne i regionalne podmioty związane reklamą, promocją, e-commerce. Współpraca z tymi instytucjami obejmuje m.in.: prowadzenie zajęć dydaktycznych przez praktyków zajmujących się marketingiem internetowym, organizację praktyk zawodowych, doskonalenie programu kształcenia specjalistycznego.</p> <p>Kształcenie specjalistyczne przygotowuje do pracy m.in. w zawodach związanych z reklamą i marketingiem (kod zawodu: 243190).</p>
--

2. Efekty uczenia się

2.1. Uniwersalne charakterystyki Polskiej Ramy Kwalifikacji dla poziomu 5

Osoba, która ukończyła kształcenie specjalistyczne:
WIEDZA [P5U_W] – ZNA I ROZUMIE:
• w szerokim zakresie – fakty, teorie, metody i zależności między nimi
• różnorodne uwarunkowania prowadzonej działalności
UMIEJĘTNOŚCI [P5U_U] – POTRAFI:
• wykonywać zadania bez instrukcji w zmiennych, przewidywalnych warunkach
• rozwiązywać niezbyt złożone i nietypowe problemy w zmiennych przewidywalnych warunkach
• uczyć się samodzielnie
• odbierać niezbyt złożone wypowiedzi, tworzyć niezbyt proste wypowiedzi z użyciem specjalistycznej terminologii
• odbierać i formułować bardzo proste wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii
KOMPETENCJE SPOŁECZNE [P5U_K] – JEST GOTOWA DO:
• podejmowania podstawowych obowiązków zawodowych i społecznych, ich oceniania i interpretacji
• samodzielnego działania oraz współdziałania z innymi w zorganizowanych warunkach, kierowania niewielkim zespołem w zorganizowanych warunkach

- oceniania działań swoich i osób oraz zespołów, którymi kieruje; przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań

2.2. Charakterystyki drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji dla poziomu 5

Objaśnienie oznaczeń:

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – kategoria kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne – numer efektu uczenia się

Symbol	Efekty uczenia się dla kształcenia specjalistycznego Marketing w mediach społecznościowych Osoba, która ukończyła kształcenie specjalistyczne Marketing w mediach społecznościowych:	Odniesienie do efektów wg PRK	
		Charakterystyki drugiego stopnia dla kształcenia kontynuowanego po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4	Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach kształcenia i szkolenia zawodowego
WIEDZA – ZNA I ROZUMIE:			
W01	specyfikę dotyczącą marketingu w mediach społecznościowych	P5S_WZ P5S_WK	P5Z_WT P5Z_WZ P5Z_WO
W02	zasady funkcjonowania najważniejszych mediów społecznościowych – z odniesieniem do ich funkcji oraz adresatów	P5S_WZ P5S_WK	P5Z_WT P5Z_WZ P5Z_WO
W03	zasady dotyczące sprzedaży w Internecie – zwłaszcza w odniesieniu do działań promocyjnych i reklamowych	P5S_WK	P5Z_WT P5Z_WO P5Z_WN
W04	znaczenie nowych mediów w funkcjonowaniu współczesnych przedsiębiorstw	P5S_WZ P5S_WK	P5Z_WT P5Z_WZ
W05	kluczowe zasady dotyczące praw własności intelektualnej	P5S_WZ P5S_WK	P5Z_WT
UMIEJĘTNOŚCI – POTRAFI:			
U01	rozpoznawać potrzeby klientów w oparciu o: prawidłowości rządzące rynkiem e-commerce, wiedzę z zakresu psychologii konsumenta, preferowane kanały komunikacji sprzedażowej	P5S_UW P5S_UK P5S_UU	P5Z_UI P5Z_UO P5Z_UN
U02	planować i organizować strategie marketingowe z wykorzystaniem mediów społecznościowych	P5S_UW P5S_UO P5S_UU	P5Z_UI P5Z_UO P5Z_UN P5Z_UU
U03	budować, przebudowywać markę przedsiębiorstwa wykorzystując do tego celu nowe media	P5S_UW P5S_UO P5S_UU	P5Z_UO P5Z_UN
U04	przygotowywać zawartość treściową (content) materiałów reklamowych/promocyjnych – z wykorzystaniem rozwiązań informatycznych	P5S_UW P5S_UK P5S_UO	P5Z_UI P5Z_UO P5Z_UN
U05	efektywnie korzystać z możliwości monitorowania Internetu w celach optymalizacji działalności marketingowej przedsiębiorstwa	P5S_UW P5S_UK P5S_UU	P5Z_UO P5Z_UO P5Z_UN

U06	realizować strategię marketingową w uwzględnieniu racjonalnego wydatkowania środków	P5S_UW P5S_UO	P5Z_UI P5Z_UN
U07	wykorzystać wiedzę z prawa autorskiego i etyki mediów w kontekście przygotowywania materiałów reklamowych i promocyjnych w ramach strategii marketingowej przedsiębiorstwa	P5S_UW P5S_UK	P5Z_UI P5Z_UO
U08	efektywnie porozumiewać się z różnymi podmiotami, w tym, z klientami, także w języku obcym	P5S_UK P5S_UO	P5Z_UO
U09	działać w sposób odpowiedzialny, z poszanowaniem reguł współżycia społecznego	P5S_UO	P5Z_UO P5Z_UN
KOMPETENCJE SPOŁECZNE – JEST GOTOWA DO:			
K01	świadomego, refleksyjnego planowania, organizowania i realizacji zadań związanych z marketingiem w mediach społecznościowych	P5S_KK P5S_KO P5S_KR	P5Z_KP P5Z_KW
K02	wartościowania własnej działalności związanej z odpowiedzialną pracą w sektorze marketingu nowych mediów oraz w e-commerce	P5S_KK P5S_KR	P5Z_KW P5Z_KO
K03	przyjęcia odpowiedzialności związanej z działalnością dotyczącą marketingu w mediach społecznościowych	P5S_KO P5S_KR	P5Z_KO

2.3. Matryca efektów uczenia się – załącznik nr 1

3. Plan kształcenia specjalistycznego – załącznik nr 2

4. Treści programowe przedmiotów

Lp.	Przedmiot
1.	Podstawy marketingu: <ul style="list-style-type: none"> • marketing w działalności przedsiębiorstwa, • strategiczne planowanie marketingowe – misja, cel, plan • segmentacja rynku i pozycjonowanie, • koncepcja marketing-mix, • planowanie marketingowe, • produkt, cena produktu, kanały dystrybucji, • marketing tradycyjny a marketing internetowy, marketing mobilny.
2.	Podstawy komunikacji społecznej: <ul style="list-style-type: none"> • istota komunikacji społecznej, • modele komunikowania się, • komunikacja społeczna w erze cyfrowej, • mediamorfozy w komunikacji społecznej, • kompetencje medialne jako kompetencje kulturowe, • uwarunkowania efektywności komunikacji społecznej.
3.	Reklama i promocja w nowych mediach: <ul style="list-style-type: none"> • reklama i promocja – istota, znaczenie w strategii marketingowej przedsiębiorstwa, • promotion mix, • rodzaje reklam a kanały komunikacyjne, • modele oddziaływania przekazów reklamowych, • psychologiczne uwarunkowania skuteczności przekazów reklamowych, • kampanie reklamowe w nowych mediach, • agencje reklamowe.
4.	Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce: <ul style="list-style-type: none"> • działalność biznesowa w Internecie, • modele sprzedaży w e-commerce, • budowa platform i portali, • zarządzanie zespołem e-commerce, • tworzenie sklepu internetowego, plany biznesowe, • e-commerce w mediach społecznościowych, • sposoby bezpiecznych płatności.
5.	Media społecznościowe: <ul style="list-style-type: none"> • media i nowe media: ewolucja, rodzaje, • partycypacja społeczna w mediach społecznościowych

	<ul style="list-style-type: none"> • zjawisko presumpcji, • Facebook, prowadzenie fanpage'a, • You Tube i jego potencjał biznesowy, • Instagram i strategia obrazowa, • komunikacja na Twitterze, • blogosfera • LinkedIn i social business, • Tik Tok jako młodzieżowa forma komunikacji.
6.	<p>Psychologia zachowań konsumenckich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • postawy, komponenty postaw i mechanizmy ich zmiany, • zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania decyzji zakupowych, • źródła wiedzy o kliencie i jego preferencjach, • budowanie relacji sprzedażowych opartych na zaufaniu, • techniki wpływu społecznego, • badanie zachowań konsumenckich.
7.	<p>E-branding: budowanie świadomości marki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • budowanie pozycji marki, • określanie grupy docelowej, • relacje z klientem, • tworzenie i dystrybucja treści w Internecie, • informacje zwrotne o produktach lub usługach, • strategię re-brandingu.
8.	<p>Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • komunikacja a wiarygodność przekazu, • strategia „dobrego contentu”, • kanały dotarcia do klienta, • język i styl komunikacji w mediach społecznościowych, • obsługa klienta w mediach społecznościowych.
9.	<p>Rozwiązania informatyczne w e-commerce:</p> <ul style="list-style-type: none"> • darmowe platformy e-commerce (open source), • oprogramowanie sklepu internetowego, • HTML, XHTML – podstawy tworzenia stron internetowych, • serwisy aukcyjne, • certyfikaty SSL, • płatności on-line.
10.	<p>Projektowanie contentu video – infografiki i filmy w mediach społecznościowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> • projektowanie grafik i filmów, • obsługa programu CANVA, • edycja materiałów, • publikowanie contentu video, • film korporacyjny w mediach społecznościowych.
11.	<p>Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> • budżet marketingowy tradycyjny a budżet marketingowy w mediach społecznościowych, • uwarunkowania planowania budżetu marketingowego – zasoby i terminy, • szacowanie kosztów infrastruktury informatycznej, w tym - SEO • szacowanie kosztów branding, reklam, PR, • monitorowanie i ewaluacja wydatków i przychodów.
12.	<p>Podstawy prawa autorskiego:</p> <ul style="list-style-type: none"> • podmioty prawa autorskiego, • prawa autorskie, prawa własności intelektualnej, • przedmiot prawa autorskiego, • autorskie prawa majątkowe i licencje, • użytek dozwolony, użytek publiczny, • ochrona danych osobowych i wizerunku w mediach społecznościowych.
13.	<p>Pomiar efektywności działalności marketingowej w mediach społecznościowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> • analiza ilościowa i jakościowa, • analiza marketingowa treści, • SEO, • Google Analytics, • Google Trends, • Brands 24, • analiza fraz kluczowych, • algorytm Facebooka.
14.	<p>Etyka nowych mediów:</p> <ul style="list-style-type: none"> • normy moralne, dylematy moralne, • wolność w nowych mediach,

	<ul style="list-style-type: none"> • biznes a moralność, społeczna odpowiedzialność biznesu, • prawda w nowych mediach, • budowanie zaufania do przedsiębiorstwa za sprawą mediów społecznościowych.
15.	<p>Język obcy specjalistyczny:</p> <ul style="list-style-type: none"> • struktury gramatyczne odnoszące się do wydarzeń przeszłych, teraźniejszych i przyszłych, • wypowiedzi formalne i nieformalne w mowie i piśmie związane z pracą w obszarze marketingu w mediach społecznościowych, • słownictwo specjalistyczne w pracy w obszarze marketingu i nowych mediów.
16.	<p>Praktyka zawodowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • obserwacja pracy związanej z marketingiem w mediach społecznościowych, • analiza dokumentacji, • specyfika organizacyjna i funkcjonalna instytucji zajmującej się marketingiem w mediach społecznościowych, • realizacja powierzonych zadań, • dokumentowanie pracy dotyczącej marketingu w mediach społecznościowych.

5. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Efekty uczenia się	Przedmioty	Metody kształcenia	Metody oceny
W01	Podstawy marketingu Reklama i promocja w nowych mediach Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce Media społecznościowe E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Rozwiązania informatyczne w e-commerce Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkusobowym zespole
W02	Podstawy komunikacji społecznej Media społecznościowe E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Pomiar efektywności działalności marketingowej w mediach społecznościowych Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkusobowym zespole
W03	Podstawy marketingu Reklama i promocja w nowych mediach Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce Media społecznościowe Psychologia zachowań konsumenckich E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Rozwiązania informatyczne w e-commerce Pomiar efektywności działalności marketingowej w mediach społecznościowych	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkusobowym zespole
W04	Podstawy marketingu Podstawy komunikacji społecznej Media społecznościowe Psychologia zachowań konsumenckich Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkusobowym zespole
W05	Podstawy prawa autorskiego Etyka nowych mediów	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkusobowym zespole

U01	Podstawy marketingu Podstawy komunikacji społecznej Reklama i promocja w nowych mediach Media społecznościowe Psychologia zachowań konsumenckich E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U02	Podstawy marketingu Reklama i promocja w nowych mediach E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U03	Podstawy komunikacji społecznej Reklama i promocja w nowych mediach Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Projektowanie contentu video – infografiki i filmy w mediach społecznościowych Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U04	Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce E-branding: budowanie świadomości marki Rozwiązania informatyczne w e-commerce Projektowanie contentu video – infografiki i filmy w mediach społecznościowych Praktyka zawodowa	Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U05	Reklama i promocja w nowych mediach Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce Rozwiązania informatyczne w e-commerce Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Pomiar efektywności działalności marketingowej w mediach społecznościowych Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U06	Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Pomiar efektywności działalności marketingowej w mediach społecznościowych Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U07	Podstawy prawa autorskiego	Wykład problemowy	Egzamin pisemny z pytaniami

	Etyka nowych mediów Praktyka zawodowa	Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U08	Podstawy komunikacji społecznej Media społecznościowe Projektowanie contentu video – infografiki i filmy w mediach społecznościowych Podstawy prawa autorskiego Język obcy specjalistyczny Praktyka zawodowa	Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
U09	Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Podstawy prawa autorskiego Etyka nowych mediów Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
K01	Budowanie struktur i zarządzanie w sektorze e-commerce E-branding: budowanie świadomości marki Media społecznościowe w długofalowej strategii marketingowej Planowanie, realizacja i rozliczanie budżetu marketingowego Podstawy prawa autorskiego Etyka nowych mediów Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków Rozwiązywanie zadań przy wykorzystaniu programów komputerowych	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
K02	Etyka nowych mediów Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole
K03	Etyka nowych mediów Praktyka zawodowa	Wykład problemowy Analiza tekstów z dyskusją Prezentacja z dyskusją Analiza przypadków	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi Zaliczenie pisemne z zadaniami Przygotowanie projektu w kilkuosobowym zespole