

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Zarządzanie (Z)
2.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	6
3.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (40 h), ćwiczenia (20 h)
4.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
<p>Zarządzanie w organizacji Podstawy finansów i rachunkowości Negocjacje Zarządzanie projektami Planowanie i zarządzanie budżetem komunikacyjnym Prezentacje biznesowe i wystąpienia publiczne</p>		
5.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Test wiedzy i projekt końcowy		
6.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
Z_W01	Posiada wiedzę z zakresu: stylów przywództwa, diagnozowania etapów rozwoju pracownika i zespołu, narzędzi menedżerskich wykorzystywanych do pracy z zespołem.	CM_W02
Z_W02	Zna bariery psychologiczne w negocjacjach, różne strategie negocjacyjne, oraz zasady i rolę procesu mediacji w organizacji.	CM_W02
Z_W03	Posiada wiedzę z zakresu: struktury sprawozdań finansowych, rachunku kosztów ukierunkowanego na wspomaganie podejmowania decyzji, metod rozliczania i kalkulacji kosztów, prowadzenia analiz rentowności w ujęciu koszt-wolumen-zysk.	CM_W02
Z_W04	Posiada wiedzę z zakresu teorii i narzędzi zarządzania projektami, rozumie metodyki praktycznego wdrożenia BPMS, różnych podejść do "lean management".	CM_W02
Umiejętności		
Z_U01	Potrafi diagnozować etapy rozwoju zespołu i pracownika, skutecznie komunikować się z pracownikiem i zespołem, odpowiednio dobierać i stosować narzędzia wspierające rolę menedżera.	CM_U02
Z_U02	Potrafi zdiagnozować swój potencjał i ograniczenia jako menedżer w sytuacji zarządzania zespołem, negocjacjach i zarządzaniu projektami.	CM_U02
Z_U03	Umie przygotować i przeprowadzić ustną prezentację w obecności publiczności (prezentacja dla zespołu, wywiad, wystąpienie na konferencji itp.) w sposób klarowny, zrozumiały, przekonujący, z uwzględnieniem charakterystyki publiczności.	CM_U01, CM_U02, CM_U03
Z_U04	Potrafi samodzielnie ocenić ryzyka związane z wdrożeniem procesów, wie jak wdrożyć metodyki optymalizacji procesów i automatyzację procesów.	CM_U02

Kompetencje społeczne		
Z_K01	Ma świadomość swojego potencjału i ograniczeń jako menedżer, chce świadomie korzystać ze zdobytej wiedzy w codziennej pracy jako lider zespołu.	CM_K04
Z_K02	Chce korzystać ze zdobytej wiedzy (teorii i narzędzi) w negocjacjach i w trakcie wystąpień publicznych.	CM_K04
Z_K03	Wykorzystuje zdobytą wiedzę z zakresu rachunkowości i zarządzania projektami w procesie planowania i zarządzania projektami i budżetem komunikacyjnym.	CM_K02, CM_K04

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Komunikacja (K)
2.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	3
3.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (18 h), ćwiczenia (10 h)
4.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Efektywność działań komunikacyjnych Kreowanie i realizacja strategii komunikacji Zarządzanie sytuacją kryzysową Transparentność w komunikacji Język w komunikacji		
5.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Test wiedzy i projekt końcowy		
6.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
K_W01	Posiada wiedzę z zakresu tego jak definiować cele komunikacji oraz wie jak oszacować efektywność podejmowanych działań komunikacyjnych.	CM_W02
K_W02	Rozumie pojęcia używane w komunikacji korporacyjnej i zewnętrznej oraz metody pozwalające firmie zarządzać kryzysem wizerunkowym.	CM_W02
K_W03	Rozumie znaczenie języka komunikacji, wie jak nim zarządzać, dbać o jego przejrzystość i jakimi narzędziami zwiększać zaangażowanie odbiorców.	CM_W02
Umiejętności		
K_U01	Potrafi przygotować prawidłową strategię komunikacyjną, zaplanować harmonogram działań oraz monitorować jej efekty.	CM_U03
K_U02	Potrafi określić potencjalne zagrożenia, które mogą wystąpić i mieć wpływ na utratę reputacji firmy. Wie jak prowadzić efektywną komunikację wewnątrz i na zewnątrz firmy/organizacji.	CM_U03
K_U03	Potrafi zbudować zaufanie odbiorców i odpowiednio dopasować język komunikacji do danej grupy docelowej.	CM_U03

Kompetencje społeczne		
K_K01	Umie wykorzystać wiedzę o poznanych definicjach i narzędziach podczas planowania strategii wizerunkowej i zaangażować w jej realizację zespół.	CM_K01, CM_K04
K_K02	Dojrzałe i odpowiedzialnie korzysta z nowoczesnych technologii i mediów społecznościowych. Jest nastawiony na poszerzanie sieci kontaktów i jej wykorzystanie w realizowanych projektach.	CM_K01, CM_K03
K_K03	Rozumie znaczenie i ceni sobie odpowiedzialną komunikację z rynkiem, pracownikami oraz pozostałymi interesariuszami.	CM_K01, CM_K04

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Media (MD)
2.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	3
3.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (18 h), ćwiczenia (10 h)
4.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Przegląd współczesnych mediów Najważniejsze współczesne trendy społeczno-gospodarcze Media cyfrowe Media audiowizualne		
5.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Test wiedzy i projekt końcowy		
6.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
MD_W01	Zna współczesne trendy społeczno-gospodarcze, a w szczególności podział, funkcje i charakterystykę współczesnych mediów i innych środków masowego przekazu. Rozumie rolę i pozycję współczesnych mediów.	CM_W01
MD_W02	Zna najważniejsze trendy w mediach cyfrowych, reguły planowania i zakupu kampanii, copywriting oraz pozycjonowania SEM/SEO.	CM_W01, CM_W04
MD_W03	Wie jak w praktyce funkcjonują media audiowizualne oraz zna metody ich skutecznej analizy.	CM_W01
Umiejętności		
MD_U01	Potrafi komunikować się z mediami w sposób efektywny.	CM_U01, CM_U03
MD_U02	Potrafi samodzielnie planować i analizować działania w internecie, ocenić ich efektywność i dokonać audytu.	CM_U03
MD_U03	Posiada umiejętność analizy i krytycznego odbioru utworów audiowizualnych.	CM_U03

Kompetencje społeczne		
MD_K01	Ma świadomość zmieniającej się roli współczesnych mediów, chce odpowiedzialnie i efektywnie wpływać na otoczenie.	CM_K01, CM_K03
MD_K02	Korzystając z wiedzy z zakresu znajomości mediów i technik reklamowych potrafi tworzyć skuteczne kampanie reklamowe, promocyjne i społeczne.	CM_K01
MD_K03	Używa w sposób swobodny dźwięku i obrazu dla osiągnięcia zamierzonych celów.	CM_K01

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Marketing (M)
2.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	4
3.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (20 h), ćwiczenia (8 h)
4.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Podstawy marketingu Marketing w mediach społecznościowych Marketing cyfrowy Zarządzanie marką		
5.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Test wiedzy i projekt końcowy		
6.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
M_W01	Rozumie współczesną koncepcję marketingu, rolę i znaczenie marketingu z punktu widzenia organizacji i konsumenta, zna proces i kluczowe elementy strategii marketingowej, budowania marki i tworzenia komunikacji zorientowanej na klienta oraz budowanie relacji z klientem, rozumie pojęcie Marketing 4.0 i trendy związane z cyfryzacją i wyzwaniem spowodowanymi przez kryzysy (np. pandemia COVID-19).	CM_W04
M_W02	Rozumie rolę internetu w marketing i sprzedaży, potrafi opisać krajobraz mediów cyfrowych i wskaźniki planowania, zna pojęcie i rolę mediów społecznościowych i content marketingu, strategię budowania marki i zarządzania sprzedażą online, zna podstawowe typy zachowań konsumentów online.	CM_W04
M_W03	Rozumie rynek mediów cyfrowych, zna i rozumie podstawowe pojęcia marketingu cyfrowego (kanały cyfrowe cpm, cpa – cpc – cpl – cps, atrybucja, ROI, marketing investment, wskaźniki, CTR, CR, odsłony, kliknięcia, sesje, użytkownik, unikalny użytkownik, Cookie).	CM_W04
Umiejętności		
M_U01	Potrafi przeprowadzić analizę marketingową służącą do podejmowania decyzji typu: wybór rynków docelowych (Targeting), pozycjonowanie	CM_U01,

	(Positioning), Projektowanie produktu (Product Design), cena (Pricing), komunikacja (Communication).	CM_U03
M_U02	Umie budować wizję marki i wybrać właściwe cele komunikacyjne.	CM_U01, CM_U03
M_U03	Potrafi zaplanować działania marketingowe z wykorzystaniem mediów cyfrowych, potrafi zespołowo wypracować strategię w obszarze content marketingu.	CM_U03
M_U04	Potrafi zaprojektować wielokanałową kampanię reklamową przy użyciu narzędzi cyfrowych, zdefiniować dla nich budżet, zdefiniować zestaw narzędzi dla kanałów, sposób realizacji (in-house, agencja itd.), określić sposób śledzenia i oceny skuteczności, wybrać i zdefiniować model atrybucji, projektować i automatyzować proces karmienia maszyn kupujących (DSP) z sygnałów sukcesu z ekosystemu (strona internetowa, GA, CRM, itp.).	CM_U03
Kompetencje społeczne		
M_K01	Jest nastawiony(-a) na budowanie relacji z klientem/konsumentem, świadomie obserwuje i rozpoznaje zmiany zachodzące w krajobrazie marketingowym.	CM_K01
M_K02	Wykorzystuje zdobytą wiedzę z zakresu mediów społecznościowych i marketingu cyfrowego w budowaniu strategii komunikacji.	CM_K01, CM_K03
M_K03	Jest świadomy narzędzi marketingu cyfrowego i jest nastawiony na wykorzystanie danych w projektowaniu i realizacji strategii marketingowej.	CM_K01, CM_K03

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Prawo (P)
2.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	4
3.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (24 h), ćwiczenia (8 h)
4.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Otoczenie regulacyjne Prawo autorskie i ochrona dóbr osobistych w marketingu Komunikacja a bezpieczeństwo danych (RODO)		
5.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Test wiedzy i projekt końcowy		
6.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
P_W01	Rozumie w jaki sposób kształtowane jest otoczenie regulacyjne i jak funkcjonuje współczesne państwo polskie. Wie jak długotrwałe procesy społeczne polityczne mogą wpływać na biznes, administrację	CM_W01, CM_W03

	i samorządy. Rozumie znaczenie i potrzebę ciągłego aktualizowania wiedzy i śledzenia zmian w otoczeniu regulacyjnym.	
P_W02	Zna najważniejsze regulacje prawne i podatkowe mające wpływ na funkcjonowanie własnej organizacji, wie według jakiej logiki regulacje te są kształtowane i jak efektywnie śledzić zmiany.	CM_W03
P_W03	Zna kluczowe regulacje w zakresie marketingu, komunikacji i ochrony danych osobowych i ich przechowywania . Ma wiedzę o procesach regulacyjnych dotyczących gospodarki cyfrowej.	CM_W03
Umiejętności		
P_U01	Potrafi aktywnie i efektywnie wpływać na otoczenie i wie w jakiej rzeczywistości prawnej może się znaleźć i jak się do niej dostosować.	CM_U04
P_U02	Potrafi chronić interesy swojej organizacji i wybrać dla niej najlepsze rozwiązania regulacyjne.	CM_U04
P_U03	Potrafi stosować w praktyce przepisy RODO. potrafi identyfikować relacje zachodzące pomiędzy przepisami o ochronie danych osobowych, a regulacjami innych gałęzi prawa, w szczególności prawa autorskiego, ustawy o ochronie baz danych, ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, ustawy – prawo telekomunikacyjne.	CM_U04
Kompetencje społeczne		
P_K01	Chce podejmować kompetentne decyzje zgodne z aktualnymi regulacjami prawnymi, być aktywnym i świadomym uczestnikiem życia społecznego.	CM_K02
P_K02	Chce i potrafi zdobywać wiedzę o regulacjach mających wpływ na otoczenie, potrafi sprawnie dzielić się zdobytymi informacjami.	CM_K02, CM_K03
P_K03	Wykorzystuje zdobytą wiedzę z zakresu RODO do tworzenia komunikacji marketingowej opartej o poszanowanie danych osobowych. Ma świadomość, że ochrona praw autorskich, a także dóbr osobistych, w tym w szczególności prawa do wizerunku to w działalności marketingowej i reklamie aspekty kluczowe.	CM_K02

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Seminarium/Projekt końcowy (PK)
2.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	10
3.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Seminarium (6 h)
4.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Seminarium dyplomowe: opracowanie i obrona projektu końcowego		
5.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Projekt końcowy		
6.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych

Wiedza		
PK_W01	Posiada przekrojową wiedzę z zakresu współczesnych mediów (w szczególności mediów cyfrowych) oraz zarządzania, marketingu, komunikacji i prawa.	CM_W01, CM_W02, CM_W03, CM_W04
PK_W02	Wykazuje się zrozumieniem trendów i kontekstu społeczno-gospodarczego analizowanego w projekcie końcowym problemu/przypadku.	CM_W01
Umiejętności		
PK_U01	Potrafi wykorzystać i zintegrować zdobytą w trakcie studiów wiedzę w celu rozwiązania tezy postawionej w projekcie końcowym.	CM_U01, CM_U02, CM_U03, CM_U04
PK_U02	W trakcie pracy nad projektem potrafi skorzystać z umiejętności zdobytych w trakcie studiów, w szczególności z zakresu zarządzania projektami i pracy w zespole.	CM_U02
PK_U03	Potrafi pracować zespołowo nad rozwiązaniem konkretnego problemu i wspólnie formułować rozwiązania tegoż problemu w obszarze mediów i komunikacji.	CM_U02, CM_U03
PK_U04	Potrafi prawidłowo sformułować tezę, przeprowadzić analizę na podstawie danych i wskaźników, sformułować wnioski, stworzyć bibliografię i odniesienia do źródeł.	CM_U03
PK_U05	Potrafi przedstawić wnioski swojej analizy w formie pisemnej i ustnej; posiada zaawansowane umiejętności prezentowania rezultatów przeprowadzonego projektu.	CM_U02, CM_U03
Kompetencje społeczne		
PK_K01	Krytycznie analizuje dostępne dane i wiedzę źródłową.	CM_K03
PK_K02	Jest nastawiony (nastawiona) na współpracę we wspólnym projekcie w ramach różnorodnego zespołu.	CM_K04
PK_K03	Chce wykorzystać zdobytą wiedzę i umiejętności, dzielić się nimi w trakcie realizacji projektu z innymi członkami zespołu i stale się rozwijać.	CM_K04