

**Matryca efektów kształcenia na studiach podyplomowych w zakresie  
Studiów Podyplomowych „Marketing internetowy i e-biznes”**

L.p.	Efekty kształcenia	moduły kształcenia (zajęcia/grupy zajęć)																			
		MK_01	MK_02	MK_03	MK_04	MK_05	MK_06	MK_07	MK_08	MK_09	MK_10	MK_11	MK_12	MK_13	MK_14	MK_15	MK_16	MK_17	MK_18	MK_19	MK_20
<b>WIEDZA</b>																					
1.	K_W01 – Zna zasady, narzędzia, metody i procedury związane z marketingiem tradycyjnym i internetowym (w tym wie, jak integrować działania e-marketingowe z marketingowymi działaniami tradycyjnymi).	X																X			
2.	K_W02 – Ma wiedzę o najnowszych rozwiązaniach w marketingu internetowym (pozycjonowanie, mobile marketing, inbound/outbound marketing, social media itd.).					X		X	X	X					X	X	X		X		
3.	K_W03 – Wie, jak prowadzić biznes online.			X																	X
4.	K_W04 – Zna język charakterystyczny dla firm działających w branży internetowej.				X								X							X	
5.	K_W05 – Wie, jakie są zasady tworzenia użytecznych i przyjaznych użytkownikowi serwisów internetowych.					X															
6.	K_W06 – Ma elementarną, uporządkowaną wiedzę na temat prawnych, społecznych i psychologicznych aspektów internetu (w tym na temat konsumpcji w internecie).		X					X			X	X		X							
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>																					
7.	K_U01 – Poprawnie stosuje poznaną terminologię związaną z marketingiem internetowym.	X				X									X						
8.	K_U02 – Posługuje się narzędziami związanymi z wdrażaniem i zarządzaniem projektami z zakresu marketingu internetowego.						X			X						X	X		X	X	

9.	K_U03- Realizuje projekty e-marketingowe (w tym określa ich koszty).								X												X
10.	K_U04 – Sprawdza zasięg i skuteczność kampanii z zakresu marketingu internetowego.										X										X
11.	K_U05 – Analizuje modele e-biznesu (w tym otoczenie biznesowe firm internetowych).			X	X																
12.	K_U06 – Planuje i realizuje badania konsumenckie w internecie.										X							X			
13.	K_U07 – Ocenia ekonomiczne, społeczne, psychologiczne i prawne uwarunkowania marketingu internetowego.		X					X			X	X	X	X							
<b>KOMPETENCJE</b>																					
14.	K_K01 – Jest świadomy zakresu posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju.	X			X	X								X	X						
15.	K_K02 – Jest otwarty na nowe idee związane z marketingiem internetowym.					X		X	X	X					X	X	X			X	
16.	K_K03 – Rozumie istotną rolę marketingu internetowego w procesie rozwoju gospodarczego.			X																	X
17.	K_K04 – Dostrzega problemy związane z działalnością marketingową w internecie (w tym kwestię odpowiedzialności wobec konsumentów).		X					X			X	X						X			X

.....  
data i podpis  
kierownika studiów podyplomowych  
kierownika kursu dokształcającego/szkolenia

.....  
data i podpis  
kierownika podstawowej jednostki organizacyjnej/  
kierownika jednostki organizacyjnej

### Nazwy modułów wraz z kodami

L.p.	Nazwa modułu	Kod modułu
1.	Współczesny marketing i PR	MK_01
2.	Współczesny konsument – analiza socjologiczna	MK_02
3.	Biznes internetowy – modele i strategie	MK_03
4.	Krajobraz dzisiejszego polskiego internetu	MK_04
5.	Użyteczność i dostępność serwisów internetowych	MK_05
6.	Pozycjonowanie stron internetowych (Search Engine Optimization)	MK_06
7.	Psychologia sprzedaży w internecie	MK_07
8.	Marketing w social media	MK_08
9.	Wykorzystanie narzędzi Google	MK_09
10.	Performance marketing	MK_10
11.	Etyka w biznesie internetowym	MK_11
12.	Prawne uwarunkowania marketingu w internecie	MK_12
13.	Język internetu a marketing internetowy	MK_13
14.	Socjologia internetu	MK_14
15.	Technologie mobilne w marketingu	MK_15
16.	Facebook – kampanie reklamowe	MK_16
17.	E-mail marketing	MK_17
18.	Metody badań w internecie	MK_18
19.	Content marketing – budowanie treści w internecie	MK_19
20.	Analityka sieciowa i pomiar efektywności e-marketingu	MK_20
21.	E-commerce – zakładanie własnego sklepu internetowego	MK_21

.....  
 data i podpis  
 kierownika studiów podyplomowych  
 kierownika kursu dokształcającego/szkolenia

.....  
 data i podpis  
 kierownika podstawowej jednostki organizacyjnej/  
 kierownika jednostki organizacyjnej