

**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	MK_21	MK_22
WIEDZA																							
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								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								
UMIEJĘTNOŚCI																							
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	X	

9.	K_U03- Realizuje projekty e-marketingowe (w tym określa ich koszty).								X			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						
KOMPETENCJE																						
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	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.	Zarządzanie projektem	MK_11
12.	Etyka w biznesie internetowym	MK_12
13.	Prawne uwarunkowania marketingu w internecie	MK_13
14.	Język internetu a marketing internetowy	MK_14
15.	Socjologia internetu	MK_15
16.	Technologie mobilne w marketingu	MK_16
17.	Facebook – kampanie reklamowe	MK_17
18.	E-mail marketing	MK_18
19.	Metody badań w internecie	MK_19
20.	Content marketing – budowanie treści w internecie	MK_20
21.	Analityka sieciowa i pomiar efektywności e-marketingu	MK_21
22.	E-commerce – zakładanie własnego sklepu internetowego	MK_22

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

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