



Program studiów

Kierunek: Social Media & Content Marketing

Edycja: Edycja zimowa

Spis treści

Program studiów podyplomowych	3
Efekty uczenia się	6

Program studiów podyplomowych

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Humanistyczny
Nazwa kierunku:	Social Media & Content Marketing
Nazwa edycji:	Edycja zimowa
Poziom:	Studia podyplomowe
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	37
Termin rozpoczęcia cyklu:	2023/2024, semestr zimowy
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	2

Warunki rekrutacji, w tym wymagania wstępne

Wymagania wstępne:

Posiadanie dyplomu ukończenia studiów 1 lub 2 stopnia kształcenia.

Osoby posiadające dyplom ukończenia studiów 1 lub 2 stopnia kształcenia uzyskany za granicą są kwalifikowane na studia podyplomowe zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z 12.X.2006 w sprawie podejmowania i odbywania przez cudzoziemców studiów i szkoleń oraz ich uczestniczenia w badaniach naukowych i pracach rozwojowych https://www.agh.edu.pl/fileadmin/default/templates/images/dokumenty/dydaktyka/podyplomowe/Rozporzadzenie_MNiSW_2006_-_cudzoziemcy.pdf.

Limit przyjęć na studia podyplomowe wraz ze wskazaniem minimalnej liczby osób przyjętych, warunkującej uruchomienie edycji studiów podyplomowych

35 osób (minimalna liczba 29 osób).

Wymagane dokumenty oraz miejsce ich złożenia

Złożenie wymaganych dokumentów, w tym:

1. formularza zgłoszeniowego;
2. poświadczoną przez Uczelnię kopii dyplomu ukończenia studiów wyższych;
3. poświadczenia wniesienia opłaty za studia podyplomowe za pierwszy semestr studiów, nie później niż w terminie 14 dni przed rozpoczęciem zajęć dydaktycznych w ramach studiów podyplomowych.

Po złożeniu dokumentów (punkt 1, 2) dokonywana jest rezerwacja miejsca na studiach. O ostatecznym zapisie decyduje kolejność wpłat (dane do przelewu przekazywane są osobom, które złożyły wymagane dokumenty rejestracyjne).

Dokumenty w wersji elektronicznej do p. Pauliny Walotek na adres: pwalotek@agh.edu.pl.

Pocztą tradycyjną lub osobiście na adres:

Paulina Walotek, Wydział Humanistyczny AGH, ul. Gramatyka 8a pok. 25, 30-071 Kraków (z dopiskiem: "Social Media & Content Marketing").

Ogólne cele kształcenia w ramach studiów podyplomowych

Celem studiów podyplomowych Social Media & Content Marketing jest wykształcenie profesjonalistów w dziedzinie marketingu w mediach cyfrowych – content designerów i producentów contentu, specjalistów ds. social media i digital marketingu, community managerów, kreatywnych pracowników działów marketingu oraz agencji (reklamowych, interaktywnych, PR, social media) i osób efektywnie budujących własne marki w cyfrowym świecie.

Studia pozwalają uczestnikom zdobyć wiedzę oraz praktyczne umiejętności z zakresu marketingu internetowego ze szczególnym naciskiem na social media marketing oraz content marketing. Program studiów na bieżąco jest aktualizowany i dostosowywany do najnowszych trendów w branży oraz potrzeb współczesnego rynku pracy.

Praktyczną wiedzę i dobre przygotowanie zapewniają zajęcia w formie warsztatów i konwersatoriów prowadzonych przez praktyków, którzy na co dzień zajmują się digital marketingiem. Dzięki solidnemu przygotowaniu absolwenci tworzą

wartościowe treści na potrzeby współczesnej komunikacji marketingowej, sprawnie poruszają się w obszarze mediów cyfrowych oraz potrafią efektywnie promować markę, firmę, ale również swoją własną osobę w ich obszarze. Każdy uczestnik studiów będzie mieć okazję w ciągu całego roku opracować pod okiem specjalistów strategię komunikacji dla wybranej przez siebie marki. Na koniec studiów odbędzie się zamknięta prezentacja i ewaluacja projektu przed gremium uznanych specjalistów z branży digital marketingu i social media.

Sylwetka absolwenta studiów podyplomowych

Absolwent Podyplomowych Studiów „Social Media & Content Marketing” ma wiedzę oraz umiejętności praktyczne z zakresu marketingu w mediach społecznościowych i tworzenia treści na potrzeby współczesnej komunikacji marketingowej.

Absolwent potrafi sprawnie poruszać się w obszarze mediów społecznościowych, tworzyć wartościowe treści na potrzeby współczesnej komunikacji oraz wie jak efektywnie promować markę, firmę, swoją osobę. Absolwent nie zależnie od tego, czy będzie prowadzić własnego bloga, stronę na Facebooku, tworzyć społeczności w Internecie, pracować w agencji kreatywnej, dziale marketingu czy prowadzić firmę – ma solidną bazę do tego, aby rozumieć, czym jest komunikacja za pomocą nowoczesnych środków przekazu oraz jak osiągać cele biznesowe przy użyciu marketingu w mediach społecznościowych.

Absolwent Podyplomowych Studiów „Social Media & Content Marketing”:

- Jest przygotowany do komunikacji w Internecie.
- Zna spektrum najważniejszych platform społecznościowych, ich marketingowego potencjału oraz przełożenia go na wybrane cele marketingowe.
- Zna współczesnych narzędzia i techniki prowadzenia komunikacji w mediach społecznościowych (w tym m. in. monitoring social media).
- Zna różne formy reklamowe w Internecie i ma umiejętność przeprowadzenia kampanii reklamowych na Facebooku.
- Potrafi stworzyć strategię komunikacji w mediach społecznościowych (analiza grupy docelowej, opracowanie planu działań, realizacji wyznaczonych celów, pomiar i optymalizacja efektów).
- Potrafi zaprojektować multimedialne treści na potrzeby marketingu (copywriting, storytelling, projektowanie treści i grafik oraz materiałów audiowideo).
- Zna blogosferę i dobre praktyki współpracy z internetowymi liderami opinii.
- Potrafi wypromować treści w mediach różnego typu.
- Ma umiejętność obsługi klienta i potrafi przeciwdziałać kryzysom w mediach społecznościowych.
- Zna najnowsze trendy w social media i content marketingu.
- Zna prawne podstawy komunikacji marketingowej w social media.
- Potrafi zaprezentować swoje idee i pomysły przed audytorium.
- Ma umiejętność przygotowania i wdrożenia własnego projektu marketingowego z zakresu social media i content marketingu.

Absolwent Podyplomowych Studiów „Social Media & Content Marketing” może podjąć pracę jako: specjalista ds. social media, social media manager, community manager, content designer, kreatywny pracownik działu marketingu, agencji reklamowej, interaktywnej, PR, social media, lub prowadzić własną działalność gospodarczą.

Zasady odbywania studiów podyplomowych, w tym zasady udziału w zajęciach, zasady zaliczania zajęć i zasady składania egzaminów, zasady zaliczania i wpisu na kolejny semestr

1. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Dopuszczalne jest opuszczenie 20% zajęć.
2. W przypadku nieobecności trzeba w uzupełnić wiedzę i umiejętności z zakresu zajęć korzystając z materiałów udostępnionych przez prowadzącego.
3. Zaliczenie wszystkich przedmiotów przewidzianych programem studiów za semestr 1 powoduje wpis na semestr 2 (gdy student ma niezaliczone zajęcia z powodu nieobecności musi uzupełnić wiedzę i umiejętności z ich zakresu w semestrze 2).
4. Przygotowanie i obrona projektu komunikacji marki w mediach stanowi 100% oceny końcowej studiów.
5. Student zobowiązany jest do terminowego oddania projektu komunikacji marki w mediach cyfrowych i przystąpienia do jego obrony w wyznaczonym terminie.
6. W sytuacji gdy student nie jest nieobecny/ nie zaliczy projektu komunikacji marki w mediach cyfrowych w wyznaczonym terminie. W indywidualnym trybie może mieć wyznaczany 2 termin i 3 termin oddania projektu i jego obrony. Termin ten nie może przekraczać 12 miesięcy od czasu zakończenia studiów podyplomowych danej edycji.
7. Rezygnacja ze studiów musi zostać zgłoszona pisemnie. Zwrot opłaty za studia jest proporcjonalny w stosunku do odbytych zajęć.
8. Wszystkie inne kwestie reguluje Regulamin Studiów Podyplomowych.

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w tym w szczególności warunki ich realizacji, system kontroli praktyk i ich zaliczania (jeżeli są wymagane)

Praktyki nie są wymagane.

Warunki ukończenia studiów podyplomowych i uzyskania świadectwa ukończenia studiów podyplomowych, w tym warunki i wymagania związane z przygotowaniem prac końcowych oraz realizacją procesu dyplomowania, a także związane z organizacją i przebiegiem egzaminu końcowego (jego zakres, tryb i sposób jego przeprowadzenia, zasady ustalania oceny z egzaminu końcowego, wytyczne dotyczące jego przebiegu), jeżeli są wymagane, zasady ustalania ostatecznego wyniku ich ukończenia

1. Warunkiem ukończenia studiów podyplomowych jest przygotowanie i zaprezentowanie przed Komisją projektu komunikacji marki w mediach cyfrowych.
2. Egzamin końcowy ma formę publicznej prezentacji projektu. Komisja składa się z trzech osób, które zadają pytania z zakresu przygotowanego projektu pod kątem możliwości jego zastosowania w warunkach rynkowej działalności.
3. Ocena końcowa: 100% projektu komunikacji marki w mediach społecznościowych. Obejmuje ona 60% ocena merytoryczna projektu złożonego w wyznaczonym terminie, 20% sposób prezentacji projektu, 20% odpowiedzi na pytania Komisji złożonej z ekspertów w dziedzinie mediów społecznościowych i content marketingu.
4. Absolwenci uzyskają świadectwo poświadczające ukończenie studiów w Akademii Górniczo- Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie.

Efekty uczenia się

Kierunek : Social Media & Content Marketing

Edycja: Edycja zimowa

Wiedza

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SMSP_W01	Student zna koncepcje teoretyczne i podejścia analityczne w zakresie komunikacji interpersonalnej i medialnej ważne z punktu widzenia prowadzenia efektywnej komunikacji marketingowej w social mediach	P7Z_WT
SMSP_W02	Student ma wiedzę na temat możliwości marketingowych popularnych platform społecznościowych oraz wie jak zarządzać obecnością marki na w społecznościowych serwisach oraz w jaki z nich korzystać, aby maksymalizować efekty kampanii	P7Z_WO
SMSP_W03	Student zna narzędzia służące do mierzenia efektów działań w mediach społecznościowych oraz potrafi z tych pomiarów wyciągać wnioski oraz ma wiedzę z zakresu analityki cyfrowej i zna narzędzia pozwalające na ich analizę	P7Z_WO
SMSP_W04	Student zna odpowiednie narzędzia i potrafi przygotować komunikaty wizualne, audiowizualne oraz treściowe przy budowaniu efektywnej komunikacji marketingowej	P7Z_WO

Umiejętności

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SMSP_U01	Student potrafi określić dobre i złe praktyki komunikacji międzyludzkiej oraz rozróżnić specyfikę komunikacji interpersonalnej w social media oraz analizować komunikację z innymi uczestnikami	P7Z_UI
SMSP_U02	Potrafi sprawnie korzystać z różnych kanałów i technik komunikacyjnych oferowanych przez media społecznościowe, pozwalającej na przygotowanie efektywnej strategii działań komunikacyjnych dla określonej grupy docelowej	P7Z_UO
SMSP_U03	Student potrafi zarządzać obecnością marki na w społecznościowych serwisach oraz w jaki z nich korzystać, aby maksymalizować efekty kampanii oraz ma umiejętność mierzenia efektów działań w mediach społecznościowych oraz potrafi z tych pomiarów wyciągać wnioski	P7S_UO
SMSP_U04	Student rozumie, że stale musi doskonalić swoje kompetencje komunikacyjne oraz poszerzać wiedzę w zakresie komunikacji w social mediach i narzędziach, które je umożliwiają oraz doskonalić umiejętności pracy w zespole w różnych rolach przy rozwiązywaniu problemów	P7Z_UO

Kompetencje społeczne

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SMSP_K01	Student ma świadomość wagi i znaczenia zachowywania zasad etycznych przy budowaniu komunikacji marketingowej w social mediach oraz ma potrzebę podtrzymywania dobrych tradycji zawodowych	P7Z_KP
SMSP_K02	Student ma poczucie ważności krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz ma świadomość znaczenia kreatywnego myślenia w tworzeniu treści w internecie	P7Z_KO