



Program studiów podyplomowych

Kierunek: Marketing internetowy

Spis treści

Program studiów podyplomowych	3
Efekty uczenia się	5

Program studiów podyplomowych

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Humanistyczny
Nazwa studiów podyplomowych:	Marketing internetowy
Poziom:	studia podyplomowe
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	49
Termin rozpoczęcia cyklu:	2021/2022
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	2

Warunki rekrutacji, w tym wymagania wstępne

Warunkiem rekrutacji jest wpłacenie opłaty rekrutacyjnej i przesłanie kompletu dokumentów. Decyduje kolejność zgłoszeń. Uczestnikami studiów podyplomowych Marketing internetowy mogą zostać osoby, które mają wykształcenie wyższe (co najmniej licencjackie).

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

Maksymalna liczba studentów to 40 osób. Minimalna liczba osób przyjętych to 25 osób.

Wymagane dokumenty oraz miejsce ich złożenia

Formularz zgłoszeniowy; poświadczoną przez Uczelnię kopię dyplomu ukończenia studiów wyższych; poświadczenie wniesienia opłaty za studia podyplomowe za pierwszy semestr studiów, nie później niż w terminie 14 dni przed rozpoczęciem zajęć dydaktycznych w ramach studiów podyplomowych. W przypadku rezygnacji ze studiów przed rozpoczęciem zajęć zwracamy w pełni wpłaconą kwotę.

Miejsce złożenia: skany dokumentów z podpisami na adres: anosal@agh.edu.pl z kopią na adres: kaleszcz@agh.edu.pl lub wydruki dokumentów na adres (pocztą lub osobiście):

Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wydział Humanistyczny, D-13, ul. Gramatyka 8a, parter, pok. 25.

Ogólne cele kształcenia w ramach studiów podyplomowych

Celem studiów jest zdobycie przez uczestników wiedzy oraz umiejętności praktycznych z zakresu marketingu internetowego. Szczególny nacisk zostanie położony na budowaniu kontaktu studentów ze specjalistami branży internetowej i podnoszenie umiejętności z zakresu kreowania kampanii marketingowych w sieci. Kluczowe zajęcia teoretyczne i praktyczne będą prowadzone przez specjalistów z poszczególnych dziedzin na co dzień realizujących kampanie internetowe w małych, średnich i dużych organizacjach.

Sylwetka absolwenta studiów podyplomowych

Absolwenci studiów zdobędą wiedzę umożliwiającą im zaprojektowanie, przygotowanie i realizację profesjonalnej strategii obecności marki w sieci. Będą w stanie dobrać narzędzia do zaplanowanych celów marketingowych i zrealizować kampanie interaktywne. Rozwiną oni swoją kreatywność i umiejętności niezbędne do prowadzenia biznesu w Internecie. Prócz wiedzy z zakresu marketingu absolwenci nauczą się efektywnie pracować w grupie z wykorzystaniem nowoczesnych technologii internetowych oraz poznają reguły wyszukiwania i generowania informacji w sieci. Zdobyte umiejętności w zakresie prowadzenia badań internetowych pozwolą absolwentom sprawnie i kompleksowo rozumieć społeczność w Internecie, zarówno pod względem analizy socjologicznej, jak również na poziomie doboru grupy docelowej dla określonych usług internetowych. Niezależnie od rodzaju dotychczasowego wykształcenia uczestnika studiów, będzie on w stanie sprawnie poruszać się w nowoczesnych rozwiązaniach interaktywnych, jak i oceniać je pod kątem opłacalności ekonomicznej. Znajomość narzędzi i trendów związanych z email i mobile marketingiem udoskonali warsztat absolwentów w działaniach z zakresu najbardziej skutecznych, jak i opłacalnych form promocji i reklamy w Internecie. Studenci zdobędą również

umiejętności tworzenia interfejsów aplikacji i serwisów internetowych, a także przygotowania funkcjonalności narzędzi internetowych.

Praktyczna wiedza dotycząca zarządzania projektem internetowym wraz z wiedzą z zakresu prawa pozwoli absolwentom na twórczą i skuteczną aktywność w wielu interesujących przedsięwzięciach interaktywnych.

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

Uczestnicy uczestniczą w zajęciach, podczas których realizowane są projekty, prowadzone wykłady oraz realizowane prace w grupach. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa, nieobecności powinny być usprawiedliwione zwolnieniem lekarskim, odrobione lub zaliczone indywidualnie u prowadzących zajęcia. Do zaliczenia semestru wymagane jest uzyskanie zaliczeń z przedmiotów w danym semestrze.

Na zajęciach weryfikowane / sprawdzane są efekty kształcenia - kompetencje, podczas realizowanych projektów indywidualnych i grupowych sprawdzane są kompetencje i umiejętności, zaś egzamin końcowy weryfikuje poziom zdobytej wiedzy.

Studia Marketing internetowy liczą 200 godzin, które są realizowane podczas dwóch semestrów. Zajęcia mają formę zarówno wykładów, jak i konwersatoryjno-warsztatową.

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

Nie dotyczy.

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

Warunkiem ukończenia studiów podyplomowych jest uzyskanie zaliczenia zajęć podczas dwóch semestrów, a także zdanie egzaminu końcowego, obejmującego materiał z wszystkich kursów realizowanych podczas studiów oraz zrealizowanie dwóch projektów pod kierunkiem wybranych wykładowców. Ocena końcowa to średnia ważona z oceny z egzaminu (70 %) oraz ocen z projektu (30 % oceny końcowej).

Egzamin:

Egzamin będzie testowy (jednokrotnego wyboru) z materiału omawianego podczas zajęć w czasie dwóch semestrów.

Materiały z każdego z zajęć zostaną udostępnione studentom na specjalnej platformie lub wirtualnym dysku.

Obowiązują trzy terminy egzaminu - pierwszy termin najpóźniej w ciągu miesiąca od ukończenia studiów, drugi termin w ciągu trzech miesięcy od ukończenia zajęć, trzeci termin najpóźniej w ciągu pół roku po ostatnich zajęciach. Po tym terminie obowiązują skreślenia z listy studentów.

Na studiach stosuje się następującą skalę ocen:

bardzo dobry 5,0

plus dobry 4,5

dobry 4,0

plus dostateczny 3,5

dostateczny 3,0

niedostateczny 2,0

Absolwenci studiów otrzymają dyplom poświadczający ukończenie studiów.

Efekty uczenia się

Kierunek: Marketing internetowy

Wiedza

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
MISP_W01	Uczestnik zna w sposób pogłębiony podstawy teoretyczne metod i technologii z dziedziny marketingu internetowego oraz standardy prowadzenia działalności gospodarczej w instytucjach interaktywnych, a także podstawowe zasady dotyczące prawa autorskiego w Internecie.	P6Z_WT, P7Z_WT
MISP_W02	Uczestnik zna i rozumie w zaawansowanym stopniu teorie wyjaśniające zjawiska i procesy związane z przeprowadzaniem kampanii marketingowej w Internecie oraz zasady tworzenia skutecznych reklam w sieci za pomocą narzędzi marketingowych oraz radzenia sobie z ograniczeniami technologicznymi	P6Z_WZ, P7Z_WZ
MISP_W03	Uczestnik zna i rozumie różnorodne i złożone metody i technologie marketingowe, w tym platformy w komunikacji marketingowej, a także zna zasady selekcjonowania i grupowania tych platform pod względem możliwości realizacji kampanii płatnych, rozumie specyfikę użytkowników tych platform oraz najważniejsze założenia jakimi kierować się mogą wybierając dany kanał komunikacji.	P7Z_WO, P8Z_WO
MISP_W04	Uczestnik zna i rozumie najnowsze stosowane w świecie rozwiązania organizacyjne w dziedziny marketingu internetowego.	P6Z_WO, P8Z_WO

Umiejętności

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
MISP_U01	Uczestnik potrafi monitorować rozwój dziedziny marketingu internetowego w powiązaniu z przemianami lokalnymi i globalnymi, ekonomicznymi, kulturowymi i społecznymi nowych mediów, różnorodne uwarunkowania i konteksty rozwoju marketingu internetowego, a także uwzględnić je podczas planowania działań zawodowych i prognozowania rozwoju zawodowego.	P6Z_UI, P7Z_UI
MISP_U02	Uczestnik potrafi opracować plan strategiczny dla firmy internetowej, korygować go w zależności od okoliczności; kierować organizacją interaktywną, w tym zarządzać komunikacją wewnętrzną w takiej organizacji, a także zewnętrzną; planować i oceniać komunikację marki, pozycję rynkową marki, zarówno aktualną, jak i oczekiwaną, a także projektować pozytywne doświadczenia konsumenta w kontakcie z marką.	P6Z_UO, P7Z_UO
MISP_U03	Uczestnik potrafi modyfikować technologie i procedury stosowane w marketingu internetowym, a także opracowywać nowe metody i technologie, w tym potrafi tworzyć oryginalne i kreatywne rozwiązania problemów w pracy zawodowej, dotyczące planowania i wykonywania zadania w danym obszarze, a także sprawnie komunikować się ze specjalistami i ekspertami na rynku usług e-marketingowych.	P7Z_UN, P8Z_UN
MISP_U04	Uczestnik potrafi przekazywać wiedzę z zakresu marketingu internetowego w różnych formach, a także potrafi samodzielnie wdrożyć rozwiązania marketingowe wynikające z tej wiedzy na stronach internetowych, dokonać analizy danych, a także posiada umiejętność oceny użytkowników i ich zachowań na stronie oraz źródeł ruchu na tych stronach.	P6Z_UU, P7Z_UU

Kompetencje społeczne

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
MISP_K01	Uczestnik jest gotów do przestrzegania oraz wymagania tego od innych, zasad etycznych obowiązujących w dziedzinie marketingu internetowego podczas przygotowywania, realizowania oraz ewaluowania kampanii i projektów marketingowych w Internecie.	P6Z_KP, P7Z_KP
MISP_K02	Uczestnik jest gotów do promowania zasad etycznych obowiązujących w dziedzinie marketingu internetowego podczas przygotowywania, realizowania oraz ewaluowania kampanii i projektów marketingowych w Internecie, a także kultury jakościowej podczas projektowania działań marketingowych w Sieci.	P6Z_KO, P7Z_KO