

nazwa kursu: Digital expert

poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia

profil kształcenia: praktyczny

liczba punktów ECTS: 5

efekty kształcenia dla programu kształcenia		moduły kształcenia			Liczba modułów realizujących dany efekt
symbol	treść	Digital media	Specyfika i wyzwania e-commerce	Planowanie kampanii digital	
W01	Zna i rozumie zasady usprawniania narzędzi e-commerce oraz prezentacji produktów w kanale online		x		1
W02	Zna i rozumie ekosystem kanałów digitalowych oraz modele biznesowe m.in. e-commerce		x		1
W03	Zna i rozumie koncepcje i techniki wspierające oddziaływanie na konsumenta (usability, influencer marketing, content marketing) oraz customer journey na styku digital i non digital		x		1
W04	Zna i rozumie trendy i tendencje związane z użytkowaniem mediów cyfrowych (np mobilność, multiscreening, smartfonizacja)	x			1
W05	Zna i rozumie koncepcję podziału kanałów na earned, owned i paid oraz shared media	x			1

W06	Zna i rozumie ogólne zasady zwiększania precyzji targetowania reklam digital oraz mechanizm zautomatyzowanego zakupu mediów i mechanizmy prowadzenia skutecznych kampanii dla klientów			x	1
W07	Zna i rozumie zasady prowadzenia lub koordynacji kampanii DIGITAL [display, video display, SEO, PPC (AdWords), reklamy mobile, e-mail marketing z baz obcych, reklamy w social media (np FBAds), sieci afiliacyjne; ogłoszenia w sieci, influencerzy płatni, nowe formy reklamy (GDN, reklama natywna w sieci itp)]			x	1
W08	Zna i rozumie narzędzia do planowania oraz analityki kampanii i reklam			x	1
W09	Zna i rozumie ogólne zasady funkcjonowania branży, kategorię produktową i trendy z nią związane (trendy komunikacyjne, trendy branżowe, trendy związane z zachowaniami konsumentów)	x			1
W10	Zna i rozumie technologie serwerów reklam i kreatywnych technologii produkcji	x			1
W11	Zna i rozumie zasady etycznego postępowania i regulacje w obszarze komunikacji marketingowej oraz ochrony danych			x	1
W12	Zna i rozumie prawne aspekty funkcjonowania przemysłu cyfrowego.		x		1
U01	Potrafi współtworzyć efektywne strategie i plany mediowe w odpowiedzi na potrzeby biznesowe zespołów marketingowych			x	1
U02	Potrafi wykorzystywać kanały digitalowe i dobrać odpowiednie narzędzia			x	1
U03	Potrafi umiejętnie tłumaczyć cele marketingowe na mediowe KPI w perspektywie krótko i długoterminowej			x	1
U04	Potrafi planować, koordynować wdrożenie i nadzorować optymalizację kampanii online			x	1

U05	Potrafi analizować trendy, rekomendować i wdrażać niestandardowe rozwiązania w ramach kampanii online			x	1
U06	Potrafi planować i rozwijać SEO			x	1
U07	Potrafi koordynować działania z zespołami wewnątrz firmy	x			1
U08	Potrafi nawiązywać i utrzymywać współpracę z agencjami digitalowymi i developerskimi, z domem mediowym, interdyscyplinarnym zespołem marketingowym oraz ekspertami w ramach zespołu	x			1
U09	Potrafi identyfikować potencjalnie wartościowe zdarzenia w danych			x	1
U10	Potrafi opracowywać cykliczne analizy i raporty, kluczowych wskaźników efektywności kampanii			x	1
U11	Potrafi przygotowywać analizy dotyczące jakości segmentów, kontekstów i zachowań klientów		x		1
K01	Potrafi efektywnie się komunikować – formułować rzeczowe komunikaty i argumenty, zadawać umiejętnie pytania, aktywnie słuchać, kreować klimat do wymiany myśli i opinii, przekonywać przy zachowaniu dobrych relacji			x	1
K02	Potrafi być zorientowanym na klienta - umiejętnie wysłuchać, analizować uświadomione oraz nieuświadomione potrzeby klienta i adekwatnie przełożyć realizowane zadania		x		1
K03	Potrafi umiejętnie zarządzać relacjami i Współpracować - harmonijnie i niekonfliktowo współdziałać z innymi oraz uwzględniać opinie innych, kooperować podczas pracy zespołowej na rzecz wypracowania najlepszych rozwiązań i osiągnięcia celów zespołu doceniać wartość różnorodnych zespołów			x	1
K04	Potrafi być proaktywnym – świadomie podejmować decyzje i brać odpowiedzialność za swoje działanie			x	1

K05	Potrafi dążyć do rozwoju - nieustannie poszerzać swoje kompetencje, stwarzając i wykorzystywać sposobność do ich nabywania	x	x	x	3
K06	Potrafi analizować i wyciągać wnioski - selekcjonować i syntetyzować informacje, dostrzegać złożone relacje oraz powiązania między nimi i na tej podstawie wnioskować i prognozować; patrzeć na zjawiska, idee oraz rzeczy z różnych perspektyw			x	1
K07	Potrafi negocjować – ustalać zbioru alternatywnych rozwiązań możliwych do zaakceptowania przez każdą ze stron, dążąc do wzajemnie korzystnych rozwiązań na zasadzie Win-Win		x		1
K08	Potrafi myśleć innowacyjnie i kreatywnie - poszukiwać nowych pomysłów i rozwiązań, nieszablonowo myśleć; mieć pozytywne nastawienie do nowatorskich rozwiązań i inicjować je	x			1
Liczba efektów realizowana na danym przedmiocie		8	8	17	31
Efekty w kategorii <i>Wiedza</i> (%)		50%	50%	24%	39%
Efekty w kategorii <i>Umiejętności</i> (%)		25%	13%	47%	35%
Efekty w kategorii <i>Kompetencje</i> (%)		25%	38%	29%	26%