

nazwa kursu: Zarządzanie projektem marketingowym

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	Trendy w komunikacji marketingowej	Zarządzanie projektem	Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	Analityka projektów marketingowych	
W01	Zna i rozumie dobre praktyki i metodyki zarządzania projektami oraz narzędzia usprawniające komunikację w projekcie		x			1
W02	Zna i rozumie dobre praktyki i narzędzia poszukiwania przyczyn problemów (np.. 5 why; diagram Ishikawy)		x	x		2
W03	Zna i rozumie metodologie i techniki wspomagające twórcze myślenie i poszukiwanie nowych pomysłów (np; Design thinking, burza mózgów, mind mapping, myślenie lateralne);	x				1
W04	Zna i rozumie podstawowe narzędzia usprawniania procesów zgodnie ze stosowanym w firmie podejściem		x			1
W05	Zna i rozumie aktualne zasady uniwersalnego projektowania WCAG	x				1

W06	Zna i rozumie typologię klientów i techniki sprzedażowe oraz techniki negocjacyjne			x	x	2
W07	Zna i rozumie rynek w swoim sektorze i firmy i instytucje realizujące działania komunikacji marketingowej i realizowany przez nich zakres usług oraz orientuje się ogólnie w poziomie ich cen;				x	1
W08	Zna i rozumie zasady przygotowywania ofert, prezentacji produktu, eksponowania korzyści i przystępowania do przetargów/konkursów			x		1
W09	Zna i rozumie metody analizy efektywności własnych działań sprzedażowych i doradczych				x	1
W10	Zna i rozumie proces pracy w branży marketingowej i kompetencje poszczególnych osób/działów pracujących nad kampaniami reklamowymi (strategia, kreacja, produkcja, DTP)		x			1
W11	Zna i rozumie podstawową wiedzę w zakresie strategii marek i komunikacji oraz planowania mediów i współpracy z domem mediowym	x				1
W12	Zna i rozumie podstawową wiedzę z zakresu produkcji contentu reklamowego - foto, video, dźwięk, DTP	x				1
W13	Zna i rozumie aktualne światowe trendy w kampaniach komunikacyjnych i kampaniach social mediowych	x				1
W14	Zna i rozumie podstawy badań marketingowych (rodzaje badań, znalezienia raportów, umiejętność czytania raportów i wyciągania z nich wniosków)	x				1
W15	Zna i rozumie zasady etycznego postępowania i regulacji w obszarze komunikacji marketingowej oraz ochrony danych	x				1
W16	Zna i rozumie zna i rozumie prawne aspekty funkcjonowania branży marketingowej.	x				1
U01	Potrąfi zarządzać zespołem projektowym (przypisywać zadania członkom zespołu, delegować odpowiedzialności, ustalać priorytety zadań, organizować i prowadzić spotkania projektowe)		x			1

U02	Potrafi utrzymywać bieżący kontakt z klientem, koordynować przepływ informacji oraz rozwiązywanie pojawiających się problemów we współpracy z osobami z różnych działów			x		1
U03	Potrafi monitorować i raportować odchylenia i wyniki w ramach struktury projektowej oraz zarządzać ryzykami opracowując działania zapobiegawcze i naprawcze		x		x	2
U04	Potrafi zarządzać formalnymi dokumentami projektu oraz bieżącymi zmianami		x			1
U05	Potrafi usprawniać zarządzanie projektami poprzez proponowanie zmian, wdrażanie dobrych praktyk, dzielenie się wiedzą		x			1
U06	Potrafi facylitować procesy grupowe		x	x		2
U07	Potrafi na podstawie wytycznych klienta i jego celów przygotować brief na kampanię reklamową.			x		1
U08	Potrafi merytorycznie nadzorować powstawanie kampanii/treści reklamowych, które spełniają założenia klienta oraz są spójną ze strategią marki.	x	x			2
U09	Potrafi przygotowywać kosztorysy prac zarówno w kontekście kosztów wewnętrznych, jak i zewnętrznych do planowanych działań		x			1
U10	Potrafi przygotowywać harmonogramy planowanych działań/kampanii wraz z dopilnowaniem ich terminowej realizacji, a w przypadku niemożności ich realizacji, umie zaproponować odpowiednie działania naprawcze.		x			1
U11	Potrafi przygotowywać prezentacje (ppt, key note) dla klientów oraz efektywnie prowadzić prezentacje - profesjonalnie przedstawiać rekomendacje oraz ofertę w sposób zrozumiały dla interesariuszy, prezentować warunki oferty językiem korzyści;			x		1

U12	Potrafi wspierać proces decyzyjny klientów, opracowywać scenariusze wariantowe oferty, wymieniać alternatywne opcje, przedstawiać własną opinię i argumenty dotyczące oferty, promować korzyści sprzedawanych towarów oraz wskazywać wartości dodane ze współpracy			x			1
K01	Potrafi negocjować - nawiązywać kontakt z klientem, podtrzymywać jego zainteresowanie, rozwiewane wątpliwości i doprowadzanie do finalizacji sprzedaży, realizować sprzedaż w sposób zapewniający ponowne zakupy klienta i jego rekomendację do innych klientów wykorzystując potencjał już zdobytych kontaktów z klientami			x			1
K02	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		x			2
K03	Potrafi być zorientowanym na klienta - umiejętnie wysłuchać, analizować uświadomione oraz nieuświadomione potrzeby klienta i adekwatnie przełożyć to realizowane zadania.			x			1
K04	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
K05	Potrafi dążyć do rozwoju - nieustannie poszerzać swoje kompetencje, stwarzać i wykorzystywać sposobność do ich nabywania	x	x	x		x	4
K06	Potrafi wykazywać asertywną postawę i odporność na naciski – radzić sobie z krytyką, przyjmować konstruktywny feedback, potrafić wyrażać własne stanowisko Budować i utrzymywać relacje		x	x			2

	biznesowe z klientami oparte o partnerstwo, budowanie zaufania do firmy i marki					
K07	Potrafi dzielić się wiedzą i doświadczeniem - przekazywać wiedzę, informacje i rekomendacje, które mają znaczenie dla optymalnej realizacji zadań		x			1
K08	Potrafi wykazywać asertywną postawę i odporność na naciski – radzić sobie z krytyką, przyjmować konstruktywny feedback, potrafić wyrażać własne stanowisko		x	x		2
K09	Potrafi efektywnie organizować pracę własną i innych - dbać o optymalne wykorzystanie dostępnych zasobów w sytuacjach standardowych oraz w sytuacjach trudnych wymagających działania pod presją		x			1
Liczba efektów realizowana na danym przedmiocie		10	19	14	5	37
Efekty w kategorii <i>Wiedza</i> (%)		80%	21%	21%	60%	43%
Efekty w kategorii <i>Umiejętności</i> (%)		10%	42%	36%	20%	32%
Efekty w kategorii <i>Kompetencje</i> (%)		10%	37%	43%	20%	24%