

Załącznik do Uchwały Nr 58/2016 Senatu UKSW
z dnia 21 kwietnia 2016 r.

Dokumentacja dotycząca opisu efektów kształcenia dla programu studiów podyplomowych "Marketing, reklama i zarządzanie w dziedzinie Life science" prowadzonym na Wydziale Biologii i Nauko Środowisku	
Nazwa kierunku studiów i kod programu wg USOS	"Marketing, reklama i zarządzanie w dziedzinie Life science"
Poziom kształcenia	studia podyplomowe
Profil kształcenia	
Forma studiów	podyplomowe
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	nie dotyczy
Obszar/-y kształcenia*	Nauki biologiczne/ nauki społeczne/ nauki ekonomiczne/ nauki prawne
Dziedzina nauki i dyscyplina naukowa	Dziedzina nauk biologicznych (dyscyplina: biochemia, biologia, biotechnologia)/ dziedzina nauk społecznych (dyscypliny: nauka o mediach, nauka o poznaniu i komunikacji), dziedzina nauk ekonomicznych (ekonomia, nauki o zarządzaniu), dziedzina nauk prawnych: dyscyplina: nauki o administracji, prawo)
Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach kształcenia prowadzonych na uczelni	Na UKSW nie są prowadzone studia podyplomowe o podobnym profilu
Liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania tytułu zawodowego	33

Symbol	Efekt kształcenia dla absolwenta	Odniesienie do efektów kształcenia w obszarze kształcenia w zakresie nauk ...
Wiedza		
MBEK_W01	Student podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu marketingu w systemie nauk, w gospodarce i w przedsiębiorstwie	NE
MBEK_W02	Zna podstawową terminologię, rodzaje i	NE
MBEK_W03	Zna i rozumie podstawowe działania, strategię, metody i instrumenty marketingowe, ze szczególnym uwzględnieniem branży Life science	NB/ NE
MBEK_W04	Ma podstawową wiedzę o znaczeniu kreatywności w marketingu, zna metody badawcze poziomu kreatywności, zna techniki stymulujące wyzwalanie kreatywnych pomysłów	NS
MBEK_W05	Ma wiedzę dotyczącą metod projektowania i realizacji badań marketingowych, w szczególności prowadzonych w branży Life science	NB/ NE
MBEK_W06	Posiada wiedzę dotyczącą charakterystyki rynku branży Life science, w tym jego segmentacji; zna polski i międzynarodowy rynek branży Life science, zna specyfikę strategii marketingowych obszaru Life science	NB/ NE

MBEK_W07	Rozumie świadomość marki, znaczenie tożsamości marki dla tożsamości firmy. Ma wiedzę dotyczącą budowania i zarządzania marką	NE
MBEK_W08	Ma wiedzę dotyczącą tworzenia i prowadzenia kampanii reklamowych, w szczególności dotyczących rynku Life science; rozumie mechanizmy psychologiczne, rolę nastroju i emocji w reklamie, ma wiedzę dotyczącą użyteczności mediów w kampanii reklamowej	NE
MBEK_W09	Ma wiedzę w zakresie aspektów formalno-prawnych kampanii medialnych	NP
MBEK_W10	Posiada praktyczną i specjalistyczną wiedzę w zakresie najnowszych trendów w marketingu, szczególnie w obszarze rynku Life science, w zakresie wdrażania i analizowania kampanii internetowych przy wykorzystaniu najskuteczniejszych narzędzi e-marketingowych, takich jak e-mailing i budowanie własnych baz danych, marketing w wyszukiwarkach czy marketing społecznościowy	NB/ NE/ NS
MBEK_W11	Posiada podstawową wiedzę niezbędną do zarządzania przedsiębiorstwem branży Life science w warunkach współczesnej gospodarki	NE
Umiejętności		

MBEK_U01	Potrafi opisać i analizować zjawiska ekonomiczne i społeczne dotyczące marketingu w obszarze rynku Life science	NB/ NE
MBEK_U02	Umie wykorzystać metody i instrumenty marketingowe do osiągnięcia zamierzonych celów	NE
MBEK_U03	Potrafi formułować i analizować zagadnienia i problemy marketingu występujące w zarządzaniu przedsiębiorstwem, w szczególności prowadzącym działalność na rynku Life science	NE
MBEK_U04	Potrafi przygotować plan marketingowy dla produktów branży Life science	NB/ NE
MBEK_U05	Potrafi planować i optymalizować strategie działań marketingowych i reklamowych w obszarze rynku Life science	NB/ NE
MBEK_U06	Potrafi podejmować działania związane z kształtowaniem pozycji marki i firmy na rynku Life science	NB/ NE
MBEK_U07	Potrafi zaplanować, wykonać i przeanalizować wyniki badań marketingowych	NE
MBEK_U08	Potrafi zaplanować działania reklamowe produktów z rynku Life science	NB/ NE

MBEK_U09	Potrafi posługiwać się technikami nowoczesnego marketingu, szczególnie w obszarze rynku Life science	NB/ NE
MBEK_U10	Potrafi ocenić poziom kreatywności oraz stosować techniki stymulujące kreatywność marketingową	NS
Kompetencje społeczne		
MBEK_MBEK01	Ma świadomość potrzeby ciągłego samokształcenia w zakresie marketingu, w szczególności w obszarze rynku Life science	NB/ NE
MBEK_MBEK02	Jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w zespołach i organizacjach prowadzących działania marketingowe i reklamowe	NE
MBEK_MBEK03	Ma świadomość znaczenia aspektów etycznych i prawnych w marketingu i reklamie	NP.
MBEK_MBEK04	Ma kompetencje pozwalające na samodzielne planowanie i organizację działań reklamowych oraz dobór odpowiednich narzędzi marketingowych istotnych dla rynku Life science	NB/ NE
MBEK_MBEK05	Jest przygotowany do skutecznego zarządzania biznesem działającym w obszarze rynku Life science i świadomego budowania trwałej przewagi konkurencyjnej swoich firm	NB/ NE

* program studiów dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednego obszaru kształcenia określa dla każdego z tych

obszarów procentowy udział liczby punktów ects w łącznej liczbie punktów ects.