

Dokumentacja dotycząca opisu efektów kształcenia dla programu kształcenia  
na studiach podyplomowych\*360 STOPNI W MARKETINGU SPOŁECZNYM prowadzonych\*  
na Wydziale Filozofii Chrześcijańskiej

Nazwa kierunku studiów i kod programu wg USOS	360 STOPNI W MARKETINGU SPOŁECZNYM		
Poziom kształcenia	Studia podyplomowe		
Profil kształcenia			
Forma studiów	Niestacjonarne		
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta			
Obszar/-y kształcenia**	Nauki społeczne		
Dziedzina nauki i dyscyplina naukowa	Nauki społeczne, psychologia, nauki o poznaniu i komunikacji społecznej		
Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach kształcenia prowadzonych na uczelni	Program jest autorski i nie pokrywa się z innymi programami		
Liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania tytułu zawodowego	30 ECTS		
Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów obszarowych	Symbol efektu na kierunku	Efekt kształcenia dla absolwenta	Odniesienie do charakterystyk uniwersalnych i drugiego stopnia PRK
	<b>wiedza: absolwent zna i rozumie ...</b>		
	360wMS_W01	teorie naukowe z zakresu marketingu i komunikacji społecznej	<b>P7S_WG</b> w pogłębionym stopniu teorie naukowe właściwe dla kierunku studiów oraz kierunki ich rozwoju, a także zaawansowaną metodologię badań
	360wMS_W02	właściwości i kierunki rozwoju narzędzi marketingowych	
	360wMS_W03	zaawansowaną metodologię badań stosowanych w dziedzinie marketingu	
	360wMS_W04	teorie psychologiczne, socjologiczne i innych nauk podstawowych, które stały się podwaliną marketingu społecznego	<b>P6S_WG</b> charakter, miejsce i znaczenie nauk społecznych w systemie nauk oraz ich relacje do innych nauk
	360wMS_W05	rolę osoby zajmującej się komunikacją społeczną, jako podmiotu wpływającego na opinię publiczną	<b>P7S_WG</b> w pogłębionym stopniu cechy człowieka jako twórcy kultury i podmiotu konstytuującego strukturę społeczne oraz zasady ich funkcjonowania
	360wMS_W06	zasady zarządzania ogólnym procesem komunikacji społecznej, jak i poszczególnymi jego etapami	<b>P7S_WK</b> zasady zarządzania zasobami własności intelektualnej oraz formy rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości
	<b>umiejętności: absolwent potrafi ...</b>		
	360wMS_U01	zidentyfikować problem społeczny, zaplanować jego badanie, zinterpretować jego rezultaty i zaaplikować w działaniach marketingowych	<b>P7S_UW</b> identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne oraz relacje między nimi z wykorzystaniem wiedzy z dyscyplin naukowych właściwych dla kierunku studiów
	360wMS_U02	zaplanować strategię komunikacji społecznej	

360wMS_U03	zastosować poznane modele, metody i narzędzia marketingowe do stworzenia komunikatu społecznego	P6S_UW prognozować praktyczne skutki konkretnych procesów i zjawisk społecznych z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi dyscyplin naukowych właściwych dla kierunku studiów
360wMS_U04	prognozować wpływ komunikatów perswazyjnych na społeczne postawy	
360wMS_U05	ocenić skuteczność działań marketingowych, posługując się metodologią specyficzną dla danego medium	
360wMS_U06	zarządzać procesem komunikacji i osobami, które biorą udział w projekcie	
<b>kompetencje społeczne: absolwent jest gotowy do ...</b>		
360wMS_K01	zastosować wiedzę z marketingu społecznego do rozwiązania problemów społecznych, przedsiębiorstw i organizacji publicznych	P7S_KK krytycznej oceny odbieranych treści; uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów po- znawczych i praktycznych
360wMS_K02	poprzez komunikację społeczną, inspirować i organizować działalność na rzecz opinii publicznej; pomagać rozwiązywać problemy różnych grup społecznych	P7S_KO wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego inicjowania działania na rzecz interesu publicznego myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy
360wMS_K03	propagowania działań będących wyrazem społecznej odpowiedzialności biznesu i organizacji publicznych	
360wMS_K04	odpowiedzialnego pełnienia roli osoby zajmującej się marketingiem społecznym, przy zachowaniu zasad etycznych, rozwijając dorobek zawodu	P7S_KR odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: – rozwijania dorobku zawodu, – podtrzymywania etosu zawodu, – przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad

\* niepotrzebne skreślić

\*\* 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.