

# KIERUNKOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA KIERUNKU MARKETING I KOMUNIKACJA RYNKOWA

Obszar nauk społecznych, dziedzina nauk ekonomicznych, dyscyplina nauki o zarządzaniu

## Objaśnienia oznaczeń w symbolach dla kierunku

MKR – kierunek Marketing i komunikacja rynkowa

### symbol po podkreślniku:

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – kategoria kompetencji społecznych

01, 02, 03 ... – numer efektu kształcenia

## Objaśnienia oznaczeń w symbolach dla obszaru nauk społecznych, dziedzina nauk ekonomicznych

S – obszar kształcenia w zakresie nauk społecznych, dziedzina nauk ekonomicznych

1 – studia I stopnia

2 – studia II stopnia

A – profil ogólnoakademicki

### symbol po podkreślniku:

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – kategoria kompetencji społecznych

01, 02, 03 ... – numer efektu kształcenia

Symbol	Opis kierunkowych efektów kształcenia Po zakończeniu studiów I stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa absolwent:	Odniesienie efektów kształcenia dla obszarów nauk społecznych, dziedzina nauk ekonomicznych
<b>WIEDZA</b>		
MKR_W01	ma podstawową wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk, ze szczególnym uwzględnieniem nauk ekonomicznych	S1A_W01
MKR_W02	ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych, ich istotnych elementach, relacjach zachodzących między nimi w skali krajowej i międzynarodowej	S1A_W02 S1A_W03
MKR_W03	ma podstawową wiedzę o człowieku i organizacjach gospodarczych jako podmiotach rynku, oraz innych struktur społecznych. zna zasady oraz ekonomiczne, organizacyjne, prawne i etyczne uwarunkowania ich funkcjonowania	S1A_W04 S1A_W05 S1A_W07
MKR_W04	ma wiedzę o procesach zmian struktur i instytucji rynkowych, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian	S1A_W08
MKR_W05	zna i rozumie podstawowe zagadnienia z zakresu prawa, w tym ochrony własności intelektualnej, konsumenta i konkurencji	S1A_W07 S1A_W10
MKR_W06	zna główne metody i narzędzia pozyskiwania danych, w tym techniki niezbędne w analizie i planowaniu działalności marketingowej oraz komunikacji rynkowej	S1A_W06
MKR_W07	posiada wiedzę z zakresu możliwości wykorzystania	S1A_W06

	nowoczesnych technologii informacyjnych w marketingu i komunikacji rynkowej	
<b>MKR_W08</b>	ma wiedzę o prawidłowościach zachowań konsumentów na rynku oraz o czynnikach kształtujących popyt	<b>S1A_W05</b> <b>S1A_W08</b>
<b>MKR_W09</b>	zna zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości	<b>S1A_W11</b>
<b>MKR_W10</b>	posiada wiedzę z zakresu zarządzania marketingowego, a w szczególności strategii produktu, cen, dystrybucji i komunikacji rynkowej	<b>S1A_W11</b>
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
<b>MKR_U01</b>	potrafi prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne w sferze zarządzania i funkcjonowania rynku	<b>S1A_U01</b>
<b>MKR_U02</b>	potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do badania procesów i zjawisk gospodarczych, w szczególności procesów rynkowych, umie analizować ich przyczyny i przebieg oraz prognozować z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi	<b>S1A_U02</b> <b>S1A_U03</b> <b>S1A_U04</b>
<b>MKR_U03</b>	rozumie i analizuje zjawiska społeczne posługując się systemami normatywnymi, w tym normami i regułami prawnymi, zawodowymi, moralnymi; potrafi logicznie formułować wnioski	<b>S1A_U05</b> <b>S1A_U08</b>
<b>MKR_U04</b>	potrafi tworzyć typowe prace pisemne w języku polskim oraz obcym, dotyczące zagadnień biznesowych, z wykorzystaniem obowiązującej terminologii	<b>S1A_U09</b>
<b>MKR_U05</b>	posiada umiejętność przygotowywania i prezentacji wystąpień publicznych w języku polskim oraz obcym, dotyczących zagadnień gospodarczych, w szczególności z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej	<b>S1A_U10</b>
<b>MKR_U06</b>	zna język angielski w wersji business english zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	<b>S1A_U11</b>
<b>MKR_U07</b>	potrafi korzystać z głównych funkcjonalności standardowych pakietów biurowego oprogramowania użytkowego	<b>S1A_U03</b> <b>S1A_U04</b> <b>S1A_U09</b> <b>S1A_U10</b>
<b>MKR_U08</b>	potrafi rozwiązywać standardowe zadania (projekty) z zakresu analizy rynku, strategicznego i operacyjnego planowania oraz audytu marketingowego	<b>S1A_U06</b> <b>S1A_U07</b>
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
<b>MKR_K01</b>	potrafi realizować zadania zawodowe z wykorzystaniem metod pracy zespołowej	<b>S1A_K02</b>
<b>MKR_K02</b>	wykazuje większość cech osobowości dojrzałej w wymiarze społecznym i zawodowym	<b>S1A_K01</b> <b>S1A_K02</b> <b>S1A_K03</b> <b>S1A_K04</b> <b>S1A_K05</b> <b>S1A_K06</b> <b>S1A_K07</b>
<b>MKR_K03</b>	ma świadomość znaczenia zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego i społecznej odpowiedzialności marketingu	<b>S1A_K01</b> <b>S1A_K03</b> <b>S1A_K04</b> <b>S1A_K05</b>

<b>MKR_K04</b>	rozumie konieczność przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu	<b>S1A_K03 S1A_K05 S1A_K07</b>
<b>MKR_K05</b>	jest świadomy realizacji potrzeby samodoskonalenia i dzielenia się wiedzą	<b>S1A_K01 S1A_K06</b>
<b>MKR_K06</b>	rozumie znaczenie przedsiębiorczości i stara się przyjmować odpowiednią postawę	<b>S1A_K07</b>
<b>MKR_K07</b>	jest przekonany o społecznym i kulturowym znaczeniu sportu i aktywności fizycznej.	<b>Brak</b>

<b>Symbol</b>	<b>Opis kierunkowych efektów kształcenia Po zakończeniu studiów II stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa absolwent:</b>	<b>Odniesienie efektów kształcenia dla obszarów nauk społecznych, dziedzina nauk ekonomicznych</b>
<b>WIEDZA</b>		
<b>MKR_W01</b>	ma rozszerzoną wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk, ze szczególnym uwzględnieniem nauk ekonomicznych	<b>S2A_W01</b>
<b>MKR_W02</b>	ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych, ich istotnych elementach, relacjach zachodzących między nimi, w tym wiedzę na temat funkcjonowania w różnych kręgach kulturowych	<b>S2A_W02 S2A_W03</b>
<b>MKR_W03</b>	ma pogłębioną wiedzę o człowieku i organizacjach gospodarczych jako podmiotach rynku, oraz innych struktur społecznych, zna zasady oraz ekonomiczne, organizacyjne, prawne i etyczne uwarunkowania ich funkcjonowania	<b>S2A_W04 S2A_W05 S2A_W07</b>
<b>MKR_W04</b>	ma szeroką wiedzę o procesach zmian struktur i instytucji rynkowych w skali krajowej i międzynarodowej, o przyczynach, przebiegu i konsekwencjach tych zmian	<b>S2A_W08</b>
<b>MKR_W05</b>	zna i rozumie zagadnienia z zakresu prawa, w tym ochrony własności intelektualnej, konsumenta i konkurencji	<b>S2A_W07 S2A_W10</b>
<b>MKR_W06</b>	zna metody i narzędzia pozyskiwania danych, w tym techniki niezbędne w analizie i planowaniu działalności marketingowej oraz komunikacji rynkowej	<b>S2A_W06</b>
<b>MKR_W07</b>	posiada wiedzę z zakresu możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych w marketingu i handlu	<b>S2A_W06</b>
<b>MKR_W08</b>	ma pogłębioną wiedzę o prawidłowościach zachowań konsumentów na rynku oraz o czynnikach kształtujących popyt	<b>S2A_W05 S2A_W08</b>
<b>MKR_W09</b>	zna zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw, w szczególności strategii wchodzenia na rynek krajowy i międzynarodowy	<b>S2A_W11</b>
<b>MKR_W10</b>	posiada wiedzę z zakresu marketingu krajowego i międzynarodowego, a w szczególności strategii produktu, cen, dystrybucji i komunikacji rynkowej	<b>S2A_W11</b>
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		

<b>MKR_U01</b>	potrafi prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne w sferze zarządzania i funkcjonowania rynku.	<b>S2A_U01</b>
<b>MKR_U02</b>	potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do badania procesów i zjawisk gospodarczych, w szczególności procesów rynkowych, umie analizować ich przyczyny i przebieg oraz prognozować z wykorzystaniem złożonych metod i narzędzi	<b>S2A_U02 S2A_U03 S2A_U04</b>
<b>MKR_U03</b>	świadomie interpretuje zjawiska społeczne posługując się systemami normatywnymi, w tym normami i regułami prawnymi, zawodowymi, moralnymi; potrafi logicznie formułować wnioski	<b>S2A_U05 S2A_U08</b>
<b>MKR_U04</b>	potrafi tworzyć różnorodne prace pisemne w języku polskim oraz obcym, dotyczące zagadnień biznesowych, z wykorzystaniem obowiązującej terminologii	<b>S2A_U09</b>
<b>MKR_U05</b>	posiada umiejętność przygotowywania i prezentacji wystąpień publicznych w języku polskim oraz obcym, dotyczących zagadnień gospodarczych, w szczególności z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej	<b>S2A_U10</b>
<b>MKR_U06</b>	zna język angielski w wersji business english zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	<b>S2A_U11</b>
<b>MKR_U07</b>	potrafi biegle posługiwać się standardowym pakietem biurowego oprogramowania użytkowego	<b>S2A_U03 S2A_U04 S2A_U09 S2A_U10</b>
<b>MKR_U08</b>	potrafi rozwiązywać zaawansowane zadania (projekty) z zakresu analizy rynku, strategicznego i operacyjnego planowania oraz audytu marketingowego	<b>S2A_U06 S2A_U07</b>
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
<b>MKR_K01</b>	potrafi realizować zadania zawodowe z wykorzystaniem metod pracy zespołowej	<b>S2A_K02</b>
<b>MKR_K02</b>	wykazuje większość cech osobowości dojrzałej w wymiarze społecznym i zawodowym	<b>S2A_K01 S2A_K02 S2A_K03 S2A_K04 S2A_K05 S2A_K06 S2A_K07</b>
<b>MKR_K03</b>	ma świadomość znaczenia zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego i społecznej odpowiedzialności marketingu	<b>S2A_K01 S2A_K03 S2A_K04 S2A_K05</b>
<b>MKR_K04</b>	rozumie konieczność przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu	<b>S2A_K03 S2A_K05 S2A_K07</b>
<b>MKR_K05</b>	jest świadomy realizacji potrzeby samodoskonalenia i dzielenia się wiedzą	<b>S2A_K01 S2A_K06</b>
<b>MKR_K06</b>	rozumie znaczenie przedsiębiorczości i stara się przyjmować odpowiednią postawę	<b>S2A_K07</b>
<b>MKR_K07</b>	świadomie stosuje podejście krytyczne i innowacyjne	<b>S2A_K02 S2A_K03 S2A_K04 S2A_K05</b>