



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika
opis modułu *Projektowanie internetowej kampanii marketingowej*

NAZWA PRZEDMIOTU/MODUŁU KSZTAŁCENIA:

Projektowanie internetowej kampanii marketingowej

Kod przedmiotu: MM08

Rodzaj przedmiotu: z zakresu

Zakres: Design i Strategie Marketingu Cyfrowego

Wydział: Informatyki

Kierunek: Grafika

Poziom studiów: drugiego stopnia – VII poziom PRK

Profil studiów: praktyczny

Forma studiów: stacjonarne/niestacjonarne

Rok: II

Semestr: 4

Formy zajęć i liczba godzin:

Forma stacjonarna

wykłady – 12;

projekt – 35;

Forma niestacjonarna

wykłady – 5;

projekt – 20;

Język/i, w którym/ch realizowane są zajęcia: język polski.

Liczba punktów ECTS: 3

Osoby prowadzące:

wykład:

projekt:

1. Założenia i cele przedmiotu:

Przedmiot ma na celu dostarczenie niezbędnej wiedzy oraz umiejętności potrzebnych do opracowania założeń i realizacji internetowej kampanii marketingowej.

2. Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymaganiami wstępnymi:



Design thinking i procesy projektowe, Kreowanie wizerunku w mediach cyfrowych, Strategie marketingowe - SEO/SEM i przedmioty związane z marketingiem realizowane w ramach studiów I stopnia.

3. Opis form zajęć

a) Wykłady

- **Treści programowe:**

- Rodzaje kampanii marketingowych
- Etapy przygotowania kampanii marketingowej
- Cel kampanii i przekaz kluczowy
- Internetowe platformy do realizacji kampanii
- Ewaluacja - monitorowanie i analiza wyników

- **Metody dydaktyczne:**

- Wykłady przy wykorzystaniu narzędzi multimedialnych

- **Forma i warunki zaliczenia:**

- Zaliczenie przedmiotu następuje na podstawie oceny poziomu wiedzy wykorzystanej w zadaniach wykonanych w ramach ćwiczeń oraz pracy domowej

- **Wykaz literatury podstawowej:**

1. Artur Jabłoński, Marek Piasek *Zrozumieć marketing*. Onepress, Gliwice 2023
2. Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło *Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów* Onepress, Gliwice 2021
3. Karolina Janiszewska, Jacek Kall *Strategia reklamowa* Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne Warszawa 2012

- **Wykaz literatury uzupełniającej:**

1. Justyna Bakalarska-Stankiewicz *Content marketing. Od strategii do efektów* Onepress, Gliwice 2023
2. Dariusz Puzyrkiewicz *Biblia webwritingu*. Gliwice, Onepress 2024
3. Krzysztof Wadas *Nadaj życie marce, czyli jak stworzyć skuteczną komunikację* Onepress Gliwice 2023

b) Projekt

- **Treści programowe:**

- Definiowanie celów
- Określenie grupy docelowej
- Opracowanie kluczowego przekazu
- Analiza i wybór kanałów komunikacji
- Narzędzia optymalizacji



- SEO - optymalizacja pod kątem wyszukiwarek
- Ewaluacja w grupie
- **Metody dydaktyczne:**
 - Zajęcia praktyczne, praca zespołowa i indywidualna z wykorzystaniem feedbacku grupy
- **Forma i warunki zaliczenia:**
 - Zaliczenie przedmiotu następuje na podstawie oceny poziomu wiedzy, umiejętności i kreatywności wykazanych w zadaniach wykonanych w ramach ćwiczeń oraz pracy domowej
- **Wykaz literatury podstawowej :**
Jak w przypadku wykładów
- **Wykaz literatury uzupełniającej**
Jak w przypadku wykładów

4. Opis sposobu wyznaczania punktów ECTS

a. forma stacjonarna

Forma zajęć	Formy aktywności studenta	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Wykład	Kontakt z nauczycielem	12
	Czytanie wskazanej literatury	5
	Przygotowanie do zaliczenia i realizacja własnych prac	8
Projekt	Kontakt z nauczycielem	35
	Czytanie wskazanej literatury	-
	Prace indywidualne	-
	Przygotowanie do pracy końcowej	-

Całkowita ilość godzin aktywności studenta	75
Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu	3

a. forma niestacjonarna

Forma zajęć	Formy aktywności studenta	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Wykład	Kontakt z nauczycielem	5
	Czytanie wskazanej literatury	8
	Przygotowanie do zaliczenia i realizacja własnych prac	12
Projekt	Kontakt z nauczycielem	20
	Czytanie wskazanej literatury	-



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika
opis modułu **Projektowanie internetowej kampanii marketingowej**

	Prace indywidualne	-
	Przygotowanie do pracy końcowej	-

Całkowita ilość godzin aktywności studenta	75
Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu	3

5. Wskaźniki sumaryczne

a. forma stacjonarna

- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
 - Liczba godzin kontaktowych – 47
 - Liczba punktów ECTS – 1,9
- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
 - Liczba godzin kontaktowych – 35
 - Liczba punktów ECTS – 2,0

b. forma niestacjonarna

- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
 - Liczba godzin kontaktowych – 25
 - Liczba punktów ECTS – 1,0
- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
 - Liczba godzin kontaktowych – 20
 - Liczba punktów ECTS – 2,0

6. Zakładane efekty uczenia się

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
MM08_W1	Zna cele i zasady realizowania kampanii marketingowych.	K_W02
MM08_W2	Zna narzędzia komunikacji marketingowej uwzględniające charakterystykę ich użyteczności	K_W09
MM08_W3	Zna zasady metodyczne odpowiednie do charakteru zadania projektowego.	K_W13
MM08_U1	Potrafi kreatywnie adaptować rozwiązania technologicznie w kontekście potrzeb projektowych.	K_U10
MM08_U2	Potrafi przeprowadzić analizę potrzeb użytkownika i dostosować do nich odpowiednie rozwiązania projektowe.	K_U14



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika
opis modułu **Projektowanie internetowej kampanii marketingowej**

MM08_K1	Jest zaangażowany w aktualizację wiedzy dotyczącej nowych technik i metod projektowych.	K_K04
MM08_K2	Potrafi określić etapy pracy i przestrzegać dyscypliny planu pracy.	K_K06
MM08_K3	Analizuje potrzeby odbiorców i uwzględnia je w działaniach projektowych.	K_K09

7. Odniesienie efektów uczenia się do form zajęć i sposób oceny osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Forma zajęć		Sposób sprawdzenia osiągnięcia efektu
	Wykład	Projekt	
MM08_W1	v	v	Obowiązkowe zadania projektowe, przegląd zaliczeniowy
MM08_W2	v	v	Obowiązkowe zadania projektowe, przegląd zaliczeniowy
MM08_W3	v	v	Obowiązkowe zadania projektowe, przegląd zaliczeniowy
MM08_U1		v	Praca kontrolna, obserwacja studenta podczas zajęć. Przegląd zaliczeniowy
MM08_U2		v	Praca kontrolna, obserwacja studenta podczas zajęć. Przegląd zaliczeniowy
MM08_K1		v	Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena aktywności i kreatywności
MM08_K2		v	Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena organizacji działań
MM08_K3		v	Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena umiejętności autooceny

8. Kryteria uznania osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Efekt jest uznawany za osiągnięty, gdy:
MM08_W1	Student poprawnie wykonuje zadanie kursowe używając odpowiednich metod projektowania internetowych kampanii marketingowych
MM08_W2	Student poprawnie wykonuje zadanie kursowe używając odpowiednich metod i narzędzi projektowych
MM08_W3	Student poprawnie wykonuje zadania kursowe stosując metodykę pracy projektowej
MM08_U1	Student poprawnie wykonuje zadanie kursowe kreatywnie używając odpowiednich metod i narzędzi projektowych oraz rozwiązań technologicznych
MM08_U2	Student poprawnie wykonuje zadanie kursowe używając odpowiednich metod i narzędzi analitycznych



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika
opis modułu **Projektowanie internetowej kampanii marketingowej**

MM08_K1	Student poprawnie wykonuje zadania kursowe dążąc do poprawy ich jakości projektowej
MM08_K2	Student poprawnie wykonuje zadania kursowe działając w sposób metodyczny i zorganizowany
MM08_K3	Student poprawnie wykonuje zadania kursowe uwzględniając w odpowiednim stopniu indywidualne potrzeby odbiorców