

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Marketingowe narzędzia cyfrowe, PG_00156093                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2024 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2025/2026                                                                                                                                                    |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć fakultatywnych<br>Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                                                                                                   |                       |       |
| Rok studiów                              | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski                                                                                                                                                       |                       |       |
| Semestr studiów                          | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 7.0                                                                                                                                                          |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | egzamin                                                                                                                                                      |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           | dr Liwia Delińska                    |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                                                                                                                                      | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 30.0                                                      | 30.0                                 | 15.0                   | 0.0                                                                                                                                                          | 0.0                   | 75    |
|                                          | W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |
| Aktywność studenta i liczba godzin pracy | Aktywność studenta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów |                                      | Udział w konsultacjach |                                                                                                                                                              | Praca własna studenta | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin pracy studenta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 75                                                        |                                      | 14.0                   |                                                                                                                                                              | 86.0                  | 175   |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności oraz zapoznanie studentów z działaniami współczesnych narzędzi cyfrowych w marketingu, szczególnie w zakresie marketingu internetowego w wyszukiwarkach, tworzenia funkcjonalnych stron internetowych, pracy z mediami społecznościowymi oraz wizualizacji danych w marketingu. Studenci powinni opanować umiejętność wykorzystania odpowiednich narzędzi cyfrowych dostosowanych do zrealizowania celów strategii marketingowych. |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                              |                       |       |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efekty uczenia się przedmiotu                                 | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                                                 |
|                                                               | [ZARZL3_K05] Jest gotów do dokonania właściwej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na analizie otrzymywanych informacji.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Potrafi ocenić skuteczność cyfrowych narzędzi marketingowych na podstawie analizy danych i wyników kampanii, uzasadniając swoje decyzje na podstawie logicznej i racjonalnej analizy.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego                     |
|                                                               | [ZARZL3_U05] Potrafi poprawnie wybrać i zastosować zaawansowane metody i narzędzia stosowane w naukach o zarządzaniu i jakości.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Potrafi dobrać i skutecznie zastosować odpowiednie narzędzia cyfrowe w marketingu, wykorzystując zaawansowane metody analizy i optymalizacji kampanii marketingowych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU5] realizacja zadania problemowego<br>[SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                                                               | [ZARZL3_K01] Ma świadomość deprecjacji wiedzy w czasie i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i pogłębiania wiedzy zarówno w trybie akademickim jak również pozaakademickim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Rozumie, że narzędzia marketingowe i technologie cyfrowe szybko się zmieniają, dostrzega potrzebę ciągłego doskonalenia wiedzy i śledzenia nowych trendów w marketingu cyfrowym.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego                     |
|                                                               | [ZARZL3_W10] Wie jak identyfikować i rozumie mechanizm działania obszarów funkcjonalnych w przedsiębiorstwie, ich wzajemne relacje i rolę w realizacji celów przedsiębiorstwa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Rozumie, jak narzędzia marketingu cyfrowego wspierają różne obszary funkcjonalne w przedsiębiorstwie i jak ich zastosowanie wpływa na realizację celów biznesowych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                                                                  |
|                                                               | [ZARZL3_W08] Ma zaawansowaną wiedzę o przedsiębiorstwie i przedsiębiorczości, determinantach kształtujących efektywność działalności gospodarczej z uwzględnieniem aspektów regionalnych i międzynarodowych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Posiada zaawansowaną wiedzę na temat cyfrowych narzędzi marketingowych i rozumie, jak mogą one wpływać na efektywność przedsiębiorstwa na rynkach regionalnych i międzynarodowych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport                                                              |
| Treści przedmiotu                                             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsument w przestrzeni cyfrowej i istota rozwiązań technologicznych w marketingu</li> <li>2. Marketing internetowy w wyszukiwarkach</li> <li>3. Reklamy w przestrzeni cyfrowej</li> <li>4. Podstawy tworzenia stron internetowych i sklepów internetowych</li> <li>5. Marketing mobilny oraz email marketing</li> <li>6. Podział mediów społecznościowych, ich funkcjonowanie i użytkownicy</li> <li>7. Przygotowanie strategii marketingowej w mediach społecznościowych</li> <li>8. Tworzenie treści w serwisach społecznościowych z wykorzystaniem aktualnych narzędzi</li> <li>9. Monitoring mediów, analiza sentymentu i social listening</li> <li>10. Wprowadzenie do wizualizacji danych w marketingu</li> </ol> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                   |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                   |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Składowa oceny końcowej                                                                                                                           |
|                                                               | praca projektowa zakończona prezentacją                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 60.0%                                                                                                                                             |
|                                                               | prace cząstkowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 40.0%                                                                                                                                             |
| Zalecana lista lektur                                         | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. G. Mazurek (red.), <i>E-Marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka</i>, Poltext, Warszawa 2022.</li> <li>2. N. Oruba, <i>Strategia komunikacji w social mediach</i>, OnePress, Gliwice 2022.</li> <li>3. K. Marzec, T. Trzósło, <i>Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads &amp; Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów</i>, OnePress, Gliwice 2022.</li> <li>4. C.N. Knaflc, <i>Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów</i>. OnePress, Gliwice 2021.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                   |
|                                                               | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ph. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, <i>Marketing 5.0. Technologie Next Tech</i>, MT Biznes, Warszawa 2021.</li> <li>2. G. Mazurek, <i>Transformacja cyfrowa perspektywa marketingu</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021</li> <li>3. D.M. Scott, <i>Nowe zasady marketingu i PR. Jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących</i>, MT Biznes, Warszawa 2022.</li> <li>4. M.A. Russell, M. Klassen, <i>Data Mining. Eksploracja danych w sieciach społecznościowych</i>, Helion, Gliwice 2019.</li> <li>5. G. Błażewicz, <i>Marketing Automation. W kierunku sztucznej inteligencji i hiperpersonalizacji</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.</li> </ol> |                                                                                                                                                   |

|                                                                         |                 |                                  |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------|
|                                                                         | Adresy eZasobów | Adresy na platformie eNauczanie: |
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania |                 |                                  |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy     |                                  |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.