



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Marketing internetowy Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Aplikacje Internetu Rzeczy	Cykl dydaktyczny 2023/24
Specjalność -	Kod zajęć 04AIRS.41HS.00052.23
Jednostka organizacyjna Wydział Fizyki	Języki wykładowe polski
Poziom studiów studia drugiego stopnia poinżynierskie	Obligatoryjność Fakultatywny
Forma studiów studia stacjonarne	Blok zajęciowy Przedmioty humanistyczne i społeczne
Profil studiów profil ogólnoakademicki	
Koordynator zajęć	Wojciech Czarł
Prowadzący zajęcia	Wojciech Czarł
Okres Semestr 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 15, Zaliczenie z oceną • Laboratorium: 15, Zaliczenie z oceną
	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przygotowanie studentów na globalne wyzwania i rynek pracy: kurs oferuje studentom możliwość uczestnictwa w międzynarodowym konkursie "Global Online Marketing Academic Challenge".
C2	Wspieranie studentów rozwoju umiejętności pracy zespołowej poprzez pracę zespołową nad wybranymi projektami.
C3	Zapoznanie studentów z różnymi rodzajami marketingu i typami kampanii, ich obszarami skuteczności oraz strategiami i taktykami ich wykorzystania.
C4	Zapoznanie studentów z charakterystykami i obszarami skuteczności kanałów i platform organicznych treści multimedialnych.
C5	Zapoznanie studentów z charakterystykami i obszarami skuteczności płatnych platform i kanałów treści multimedialnych.
C6	Zapoznanie studentów z inteligentnymi narzędziami wspierającymi projektowanie, tworzenie i zarządzanie organicznymi i płatnymi treściami marketingu multimedialnego.
C7	Zapoznanie studentów ze strategiami i technikami planowania i przygotowania materiałów wideo oraz skutecznego wykorzystania narzędzi do serwowania na żądanie i strumieniowania live organicznych i płatnych treści wideo.
C8	Zapoznanie studentów z technikami programowania i API narzędzi marketingowych do tworzenia rozwiązań wspierających procesy kampanii multimedialnych.
C9	Zapoznanie studentów z narzędziami sztucznej inteligencji do wspierania działań marketingu multimedialnego.
C10	Zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi narzędzi agregacji danych, planowania i implementacji zintegrowanej sieci pomiaru i monitorowania skuteczności kampanii multimedialnych.
C11	Zapoznanie studentów z narzędziami i zagadnieniami związanymi z integracją narzędzi agregacji, raportowania i wizualizacji danych historycznych i czasu rzeczywistego w spójny inteligentny system wnioskowania i podejmowania decyzji opartych na rzeczywistych, wyczerpujących i aktualnych danych.
C12	Zapoznanie studentów z zagadnieniami i technikami prowadzenia inteligentnych badań, audytów i monitorowania konkurencyjności firmy i działań rynkowych konkurencji w kontekście planowania i prowadzenia kampanii marketingu multimedialnego.
C13	Zapoznanie studentów z wagą i zagadnieniami precyzji komunikacji marketingowej w kontekście personalizacji i badań segmentacji rynku związanych z analizą charakterystyk i zachowań docelowych grup odbiorców marketingu multimedialnego.
C14	Zapoznanie studentów z wagą i zagadnieniami precyzji komunikacji marketingowej w kontekście rodzajów, formatów, strategii i taktyk stosowania optymalnie dobranych spersonalizowanych multimedialnych treści organicznego i płatnego marketingu.
C15	Zapoznanie studentów z mechanizmami i technikami precyzyjnego kierowania organicznych i płatnych treści przekazu multimedialnego.
C16	Zapoznanie studentów z zagadnieniami i technikami prowadzenia audytów, monitorowania, optymalizacji i rozszerzania kampanii multimedialnych.
C17	Zapoznanie studentów z zagadnieniami i sposobami monetyzacji treści multimedialnych.

Wymagania wstępne

1. Biegłość w korzystaniu z narzędzi internetowych.
2. Podstawy programowania.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	zna różne rodzaje marketingu i typy kampanii, ich obszary skuteczności oraz strategie i taktyki ich wykorzystania.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W03	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W2	zna charakterystyki i obszary skuteczności wybranych kanałów i platform organicznych treści multimedialnych.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W10	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W3	zna charakterystyki i obszary skuteczności wybranych płatnych platform i kanałów treści multimedialnych.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W10	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W4	zna narzędzia i zagadnienia związane z projektowaniem, tworzeniem i zarządzaniem organicznych i płatnych treści marketingu multimedialnego.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W05	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W5	zna strategie i techniki planowania i przygotowania materiałów wideo oraz skutecznego wykorzystania narzędzi do serwowania na żądanie i strumieniowania na żywo organicznych i płatnych treści wideo.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W05	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W6	zna techniki programowania i API narzędzi marketingowych do tworzenia rozwiązań wspierających procesy kampanii multimedialnych.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W06, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W7	zna narzędzia sztucznej inteligencji do wspierania działań marketingu multimedialnego.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W02, AIR_K4_W03, AIR_K4_W07, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W8	zna zagadnienia i techniki dotyczące narzędzi agregacji danych, planowania i implementacji zintegrowanej sieci pomiaru i monitorowania skuteczności kampanii multimedialnych.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W05, AIR_K4_W06, AIR_K4_W07, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W9	zna narzędzia i zagadnienia dotyczącymi integracji narzędzi agregacji, raportowania i wizualizacji danych historycznych i czasu rzeczywistego do wsparcia procesu wnioskowania i podejmowania decyzji opartych na rzeczywistych, wyczerpujących i aktualnych danych.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W04, AIR_K4_W05, AIR_K4_W06, AIR_K4_W07, AIR_K4_W10, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
W10	zna zagadnienia i techniki prowadzenia inteligentnych badań, audytów i monitorowania konkurencyjności firmy i działań rynkowych konkurencji w kontekście planowania i prowadzenia kampanii marketingu multimedialnego.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W06, AIR_K4_W07, AIR_K4_W08, AIR_K4_W10, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W11	zna wagę i zagadnienia związane z precyzją komunikacji marketingowej w kontekście personalizacji i badań segmentacji rynku docelowych grup odbiorców marketingu multimedialnego.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W06, AIR_K4_W07, AIR_K4_W10, AIR_K4_W11, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W12	zna wagę i zagadnienia związane z precyzją komunikacji marketingowej w kontekście rodzajów, formatów, strategii i taktyk stosowania optymalnie dobranych spersonalizowanych multimedialnych treści organicznego i płatnego marketingu.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W06, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W13	zna mechanizmy i techniki precyzyjnego kierowania organicznych i płatnych treści przekazu multimedialnego.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W06, AIR_K4_W10, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W14	zna zagadnienia i techniki prowadzenia audytów, monitorowania, optymalizacji i rozszerzania kampanii multimedialnych.	AIR_K4_W01, AIR_K4_W04, AIR_K4_W06, AIR_K4_W10, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
W15	zna zagadnienia i sposoby zarabiania na treści multimedialnych.	AIR_K4_W10, AIR_K4_W15	Test, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi dobrać odpowiedni rodzaj kampanii i typ kanału do optymalnej komunikacji marketingowej z optymalnie precyzyjnie zidentyfikowanymi profilami odbiorców.	AIR_K4_U01, AIR_K4_U05	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U2	potrafi porównać i dobrać odpowiednie kanały i platformy organicznych treści multimedialnych optymalnego mixu mediów kampanii marketingowych.	AIR_K4_U01, AIR_K4_U05	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U3	potrafi porównać i dobrać odpowiednie płatne platformy i kanały treści multimedialnych do optymalnego mixu mediów kampanii marketingowych.	AIR_K4_U01, AIR_K4_U05	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
U4	potrafi dobrać i wykorzystać odpowiednie narzędzia do projektowania, tworzenia i zarządzania organicznymi i płatnymi treściami marketingu multimedialnego.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U13, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U5	potrafi zaplanować i przygotować materiał wideo oraz skutecznie wykorzystać narzędzia do serwowania na żądanie i strumieniowania na żywo organicznych i płatnych treści wideo.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U13, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U6	potrafi dobrać i wykorzystać odpowiednie techniki programowania i API narzędzi marketingowych to tworzenia narzędzi wspierających procesy kampanii multimedialnych.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U07, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U7	potrafi wykorzystać narzędzia sztucznej inteligencji do wspierania działań marketingu multimedialnego.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U07, AIR_K4_U08, AIR_K4_U09, AIR_K4_U11, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U8	potrafi zaplanować i zaimplementować zintegrowaną sieć pomiaru i monitorowania skuteczności kampanii multimedialnych.	AIR_K4_U01, AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U07, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U9	potrafi zaimplementować, zintegrować i inteligentnie wykorzystać narzędzia systemu analitycznego w procesie wnioskowania i podejmowania decyzji.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U07, AIR_K4_U08, AIR_K4_U09, AIR_K4_U11, AIR_K4_U19, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U10	potrafi przeprowadzić inteligentne badania, audyt i monitorować konkurencyjność firmy i działania rynkowe konkurencji w kontekście przygotowywania i prowadzenia kampanii marketingu multimedialnego.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U19, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U11	potrafi przeprowadzić badania i precyzyjnie zidentyfikować istotne charakterystyki profilu i zachowań docelowych grup odbiorców do optymalnej komunikacji marketingu multimedialnego.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U08, AIR_K4_U09, AIR_K4_U11, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
U12	potrafi dobrać strategie i taktyki, rodzaje i formaty spersonalizowanych multimedialnych treści organicznego i płatnego marketingu do optymalnej komunikacji z precyzyjnie zidentyfikowanymi segmentami docelowych odbiorców.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U13	potrafi dobrać i wdrożyć optymalne kierowanie organicznych i płatnych treści przekazu multimedialnego	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U14	potrafi przeprowadzić audyt, monitorować, optymalizować i rozszerzać kampanie multimedialne.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U08, AIR_K4_U09, AIR_K4_U11, AIR_K4_U19, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
U15	potrafi dobrać i zaimplementować techniki i narzędzia do zarabiania na treści multimedialnych.	AIR_K4_U02, AIR_K4_U03, AIR_K4_U04, AIR_K4_U08, AIR_K4_U11, AIR_K4_U13, AIR_K4_U23	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
Kompetencje społecznych - Student/ka:			
K1	jest gotowy/a do efektywnego rozwoju osobistego na bazie zasobów online.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K02, AIR_K4_K04, AIR_K4_K05, AIR_K4_K07, AIR_K4_K08	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
K2	jest gotowy/a do globalnej współpracy i budowania profesjonalnej sieci w zakresie społeczności marketingu multimedialnego, łącząc się z ekspertami i innymi studentami z świecie.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K02, AIR_K4_K04, AIR_K4_K05, AIR_K4_K06, AIR_K4_K07, AIR_K4_K08	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
K3	jest gotowy/a do budowania marki osobistej i tworzenia własnego portfolio w obszarze marketingu multimedialnego.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K02, AIR_K4_K03, AIR_K4_K04, AIR_K4_K05, AIR_K4_K06, AIR_K4_K07	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
K4	jest gotowy/a do uczenia się przez całe życie i efektywnego rozwoju osobistego w stale rozwijającej się branży marketingu multimedialnego.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K02, AIR_K4_K04, AIR_K4_K05, AIR_K4_K06, AIR_K4_K07	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K5	jest gotowy/a do efektywnej pracy indywidualnej i współpracy w zespole w zakresie projektów marketingu multimedialnego.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K02, AIR_K4_K04, AIR_K4_K05, AIR_K4_K06, AIR_K4_K07	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
K6	jest gotowy/a pełnić rolę lidera w projektach zespołowych w zakresie marketingu multimedialnego.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K02, AIR_K4_K04, AIR_K4_K05, AIR_K4_K06, AIR_K4_K07	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge
K7	jest gotowy/a do efektywnego dostosowywania się do zmieniających się wymagań, nowych narzędzi i pojawiających się trendów w zakresie marketingu multimedialnego.	AIR_K4_K01, AIR_K4_K06, AIR_K4_K07, AIR_K4_K08	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Kwalifikacja w Global Online Marketing Academic Challenge

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Marketing multimedialny - rodzaje marketingu i typy kampanii - porównanie obszarów skuteczności, strategii i taktyk w inteligentnej erze wielokanałowej.	W1, U1	Wykład, Laboratorium
2.	Charakterystyki i porównanie obszarów skuteczności platform i kanałów organicznych treści multimedialnych.	W1, W2, U1, U2	Wykład, Laboratorium
3.	Charakterystyki i porównanie obszarów skuteczności płatnych platform i kanałów treści multimedialnych.	W1, W3, U1, U3	Wykład, Laboratorium
4.	Inteligentne narzędzia wspierające projektowanie, tworzenie i zarządzanie organicznymi i płatnymi treściami marketingu multimedialnego.	W1, W4, U1, U4	Wykład, Laboratorium
5.	Strategie i techniki planowania i przygotowania materiałów wideo oraz skuteczne wykorzystanie narzędzi do serwowania na żądanie i strumieniowania live organicznych i płatnych treści wideo.	W1, W5, U1, U5	Wykład, Laboratorium
6.	Techniki programowania i API narzędzi marketingowych do tworzenia rozwiązań wspierających procesy kampanii multimedialnych.	W1, W6, U1, U6	Wykład, Laboratorium
7.	Narzędzia sztucznej inteligencji do wsparcia działań marketingu multimedialnego.	W1, W6, W7, U1, U6, U7	Wykład, Laboratorium
8.	Integracja narzędzi agregacji danych - planowanie i implementacja zintegrowanej sieci pomiaru i monitorowania skuteczności kampanii multimedialnych.	W1, W6, W7, W8, U1, U6, U7, U8	Wykład, Laboratorium

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
9.	Integracja analitycznych narzędzi raportowania i wizualizacji danych historycznych i czasu rzeczywistego w spójny inteligentny system wnioskowania i podejmowania decyzji.	W1, W6, W7, W9, U1, U6, U7, U9	Wykład, Laboratorium
10.	Inteligencja marketingowa - badania, audyt i monitorowanie konkurencyjności firmy i działań rynkowych konkurencji w procesie planowania i prowadzenia kampanii marketingu multimedialnego.	W1, W10, W6, W7, U1, U10, U6, U7	Wykład, Laboratorium
11.	Precyzja komunikacji marketingowej - personalizacja i badanie segmentacji rynku - analiza charakterystyk i zachowań docelowych grup odbiorców marketingu multimedialnego.	W1, W10, W11, W6, U1, U10, U11, U6, U7	Wykład, Laboratorium
12.	Precyzja komunikacji marketingowej - rodzaje, formaty, porównanie strategii i taktyk stosowania optymalnie dobranych spersonalizowanych multimedialnych treści organicznego i płatnego marketingu.	W1, W10, W11, W12, W6, W7, U1, U10, U11, U12, U6, U7	Wykład, Laboratorium
13.	Mechanizmy i techniki precyzyjnego kierowania organicznych i płatnych treści przekazu multimedialnego.	W1, W11, W12, W13, W6, W7, U1, U11, U12, U13, U6, U7	Wykład, Laboratorium
14.	Audyt, monitorowanie, optymalizacja i rozszerzanie kampanii multimedialnych - szybkie usuwanie strat i rozszerzanie obszarów sukcesu kampanii.	W1, W11, W12, W13, W14, W6, W7, U1, U11, U12, U13, U14, U6, U7, K1, K2, K3, K4, K5, K6	Wykład, Laboratorium
15.	Sposoby zarabiania na treściach multimedialnych.	W1, W15, W6, W7, U1, U15, U6, U7, K1, K3, K6, K7	Wykład, Laboratorium

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Metoda analizy przypadków, Uczenie problemowe (Problem-based learning), Metoda warsztatowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach
Laboratorium	Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Uczenie problemowe (Problem-based learning), Metoda laboratoryjna, Metoda warsztatowa, Metoda projektu, Pokaz i obserwacja, Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Metoda aktywizująca - technika analizy SWOT, Metoda aktywizująca - konstruowanie "map myśli", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Warunkiem zaliczenia jest zdanie testu na pozytywną ocenę. Skala ocen jest następująca: <ul style="list-style-type: none"> Ocena 3 - uzyskanie wyniku 50% z testów Ocena 3,5 - uzyskanie wyniku 60% z testów Ocena 4 - uzyskanie minimum wyniku 70% z testów Ocena 4,5 - uzyskanie minimum wyniku 80% z testów Ocena 5 - uzyskanie minimum wyniku 90% z testów

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Laboratorium	Warunkiem zaliczenia jest przedstawienie projektu i opracowanie raportu. Skala ocen jest następująca: <ul style="list-style-type: none"> • Ocena 3 - wykonanie bazowego projektu na poziomie dostatecznym. • Ocena 3,5 - wykonanie bazowego projektu na poziomie wyższym niż dostatecznym i niższym niż dobrym. • Ocena 4 - dobra jakość zaliczeniowego projektu wraz ze spójnym czytelnym raportem (dokumentacją projektu). • Ocena 4,5 - odpowiednio wyższa jakość zaliczeniowego projektu wraz ze spójnym czytelnym raportem (dokumentacją projektu). • Ocena 5 - wysoka jakość zaliczeniowego projektu wraz ze spójnym i czytelnym raportem (dokumentacją projektu).

Literatura

Obowiązkowa

1. Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło, Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów, Wydawnictwo: Onepress, s. 328
2. Ze względu na dynamiczny rozwój technologii marketingu multimedialnego ostateczny spis literatury będzie podany studentom na pierwszych zajęciach.

Dodatkowa

1. Martyna Zastrożna, "Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych", Helion, 2022
2. Google Analytics: marketingplatform.google.com/about/analytics/

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15
Laboratorium	15
Przygotowanie raportu	15
Przygotowanie projektu	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
AIR_K4_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do krytycznej oceny własnej wiedzy i umiejętności; precyzyjnego formułowania pytań; dalszego kształcenia się oraz systematycznego zapoznawania się z czasopismami naukowymi i popularno-naukowymi z zakresu pytań dotyczących nauk fizycznych, informatyki i telekomunikacji oraz nauk o zarządzaniu i jakości
AIR_K4_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do doceniania znaczenia uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób oraz dostrzegania problemów etycznych w kontekście rzetelności badawczej (plagiat czy też auto-plagiat), jak i odpowiedzialności za środowisko społeczne (przestrzeganie zobowiązań i uczciwość zawodowa)
AIR_K4_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do popularyzacji wiedzy z zakresu najnowszych osiągnięć naukowych i technologicznych oraz nowoczesnych technologii informatyczno-telekomunikacyjnych
AIR_K4_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do kreatywnego działania w ramach narzuconych struktur organizacyjno-prawnych
AIR_K4_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do właściwego określania priorytetów realizowanych zadań, także z wykorzystaniem metodyki prowadzenia projektów
AIR_K4_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do formułowania opinii na temat podstawowych wyzwań, przed którymi stoi Internet Przyszłości oraz współczesna telekomunikacja i informatyka
AIR_K4_K07	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do profesjonalnego podejścia przy rozwiązywaniu problemów technicznych i podejmowania odpowiedzialności za proponowane przez siebie rozwiązania opierając się na rzetelnej wiedzy dotyczącej podstaw fizycznych oraz osiągnięciach informatyki i telekomunikacji
AIR_K4_K08	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do oceny różnorodności oferty produktowej i optymalizowania na tej podstawie technicznej oraz finansowej efektywności przedsięwzięcia
AIR_K4_U01	Absolwent/ka potrafi efektywnie korzystać z dostępnych źródeł danych, zarówno w formie klasycznej (teksty i książki), jak i nowoczesnej (Internet, fora dyskusyjne, bazy danych itp.)
AIR_K4_U02	Absolwent/ka potrafi efektywnie porozumiewać się i wymieniać informacje przy pomocy nowoczesnych technik informacyjno-telekomunikacyjnych, także w języku angielskim
AIR_K4_U03	Absolwent/ka potrafi sporządzać opracowania naukowe oraz dokumentację projektową, także w języku angielskim, zgodnie z narzuconymi wymogami, z wykorzystaniem dostępnych systemów informatycznych
AIR_K4_U04	Absolwent/ka potrafi referować zagadnienia związane z analizowanym problemem technicznym, także w języku angielskim; skutecznie komunikować się zarówno ze specjalistami, jak i niespecjalistami w zakresie problematyki właściwej dla studiowanych obszarów: fizyki, informatyki i telekomunikacji, nauk o zarządzaniu i jakości
AIR_K4_U05	Absolwent/ka potrafi samodzielnie wyszukiwać niezbędne w procesie projektowania informacje oraz doszkalać się w miarę potrzeb, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości oferowanych w tym zakresie przez Internet i systemy nauczania na odległość
AIR_K4_U07	Absolwent/ka potrafi posługiwać się narzędziami i metodami oferowanymi przez nowe technologie informacyjno-telekomunikacyjne; opierając się na wiedzy o zjawiskach i procesach fizycznych krytycznie i realistycznie oceniać możliwości, które oferują nowe technologie stosowane w informatyce i telekomunikacji
AIR_K4_U08	Absolwent/ka potrafi prowadzić proces projektowy, właściwie dobierając metody i narzędzia do modelowania i wizualizacji
AIR_K4_U09	Absolwent/ka potrafi łączyć kluczową wiedzę z zakresu fizyki, informatyki i telekomunikacji oraz obszarów pokrewnych do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych uwarunkowaniach ekonomicznych (zwłaszcza w kontekście gospodarki opartej na wiedzy)
AIR_K4_U11	Absolwent/ka potrafi współpracować w grupie kilku osób; przyjąć odpowiedzialność za pracę zespołu; sporządzić i przedstawić raport zawierający wyniki wykonanej pracy
AIR_K4_U13	Absolwent/ka potrafi ocenić jakość obrazu i dźwięku oraz sformułować wymagania dla systemu służącego do realizacji podstawowych usług multimedialnych wykorzystując wiedzę dotyczącą własności fal akustycznych i fal elektromagnetycznych

Kod	Treść
AIR_K4_U19	Absolwent/ka potrafi opierając się na posiadanej wiedzy formułować hipotezy i testować poprawność projektowanego rozwiązania komputerowego
AIR_K4_U23	Absolwent/ka potrafi efektywnie pracować indywidualnie oraz zespołowo i ponosić odpowiedzialność za wspólnie realizowane zadania, a w obliczu postępu technologicznego samodzielnie planować uzupełnianie wiedzy i wymagać tego od członków zespołu
AIR_K4_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane zagadnienia z zakresu fizyki, informatyki i telekomunikacji oraz nauk o zarządzaniu jakości, przydatne w zakresie modelowania i rozwiązywania problemów interdyscyplinarnych na styku tych dziedzin
AIR_K4_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu kluczowe osiągnięcia nowoczesnej fizyki, stanowiące uporządkowaną podstawę teoretyczną rozwiązań informatyki technicznej i telekomunikacji, a także kluczowe osiągnięcia w naukach o zarządzaniu i jakości
AIR_K4_W03	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu trendy rozwojowe w zakresie fizyki, informatyki i telekomunikacji, a także nauk o zarządzaniu i jakości, ze szczególnym uwzględnieniem wzajemnego przenikania się tych dziedzin
AIR_K4_W04	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe technologie stosowane do rozwiązywania problemów praktycznych z pogranicza fizyki (zastosowania półprzewodników, fotonika, fizyka materiałów magnetycznych) oraz informatyki i telekomunikacji (systemy bezprzewodowe, sieci komputerowe i telekomunikacyjne)
AIR_K4_W05	Absolwent/ka zna i rozumie społeczne, ekonomiczne, prawne, psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania i konsekwencje swoich działań, szczególnie w zakresie projektowania, wdrażania i wykorzystywania nowych systemów i technologii
AIR_K4_W06	Absolwent/ka zna i rozumie zasady zarządzania projektami i przedsiębiorstwami, wykorzystującymi nowoczesne technologie informacyjno-telekomunikacyjne
AIR_K4_W07	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu prawne aspekty ochrony własności przemysłowej i intelektualnej, a także prawne i etyczne zasady stosowania nowych technologii informacyjno-telekomunikacyjnych
AIR_K4_W08	Absolwent/ka zna i rozumie podstawy działania małej lub średniej firmy (przedsiębiorczość, mikro- i makroekonomia)
AIR_K4_W10	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębiony sposób wybrane zagadnienia z nauk ekonomicznych (zwłaszcza mikroekonomii) oraz nauk o zarządzaniu i jakości
AIR_K4_W11	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębiony sposób wybrane zagadnienia dotyczące nauk o organizacji społeczeństwa, zmianach w nim zachodzących oraz cechach gospodarki opartej na wiedzy
AIR_K4_W15	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu nowoczesne techniki informatyczne, w szczególności techniki i języki programowania imperatywnego i deklaratywnego, technologie Internetu (przygotowywanie i udostępnianie zawartości stron WWW i usług sieciowych), metodykę projektowania oprogramowania i zarządzania procesem projektowym