



**Uchwała Nr 44/2015/VIII
Senatu Politechniki Lubelskiej
z dnia 29 października 2015 r.**

*w sprawie określenia efektów kształcenia dla studiów pierwszego stopnia
na kierunku „marketing i komunikacja rynkowa” o profilu praktycznym
prowadzonych na Wydziale Zarządzania*


Na podstawie art. 11 Ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym (t.j. Dz. U. z 2012 r., poz. 572, z późn. zm.), § 27 ust. 2 pkt 4 Statutu Politechniki Lubelskiej Senat u c h w a l a, co następuje:

§ 1.

Senat Politechniki Lubelskiej określa efekty kształcenia dla studiów pierwszego stopnia na kierunku „marketing i komunikacja rynkowa” o profilu praktycznym, prowadzonych przez Wydział Zarządzania, stanowiące załącznik do niniejszej Uchwały.

§ 2.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podpisania przez rektora Politechniki Lubelskiej, z mocą obowiązującą od dnia 1 października 2015 r.

Przewodniczący
Senatu Politechniki Lubelskiej

Rektor
Prof. dr hab. inż. Piotr Kacejko

1. Ogólna charakterystyka studiów pierwszego stopnia na kierunku marketing i komunikacja rynkowa

- a) **Nazwa kierunku studiów:**
marketing i komunikacja rynkowa.
- b) **Poziom kształcenia:**
studia pierwszego stopnia.
- c) **Profil kształcenia:**
praktyczny.
- d) **Forma studiów:**
stacjonarne, niestacjonarne.
- e) **Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:**
licencjat.
- f) **Przyporządkowanie do obszaru lub obszarów kształcenia:**
w zakresie nauk społecznych.
- g) **Wskazanie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, do których odnoszą się efekty kształcenia:**
dziedzina nauk ekonomicznych, dyscyplina: nauki o zarządzaniu, ekonomia.
- h) **Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach kształcenia prowadzonych w Uczelni:**
Program kierunku marketing i komunikacja rynkowa o profilu praktycznym jest jedynym prowadzonym w Politechnice Lubelskiej. Efekty kształcenia określone dla kierunku marketing i komunikacja rynkowa są częściowo zbieżne z efektami kształcenia dla kierunku zarządzanie oraz zarządzanie i inżynieria produkcji w zakresie pokrycia efektów kształcenia dla obszaru nauk społecznych. Program kształcenia na kierunku marketing i komunikacja rynkowa przyporządkowany jest wyłącznie do obszaru nauk społecznych i nie umożliwia nabycia kompetencji inżynierskich.

2. Opis sylwetki absolwenta studiów obejmujący: opis ogólnych celów kształcenia oraz możliwości zatrudnienia (typowe miejsca pracy) i kontynuacji kształcenia przez absolwentów studiów

Sylwetka absolwenta kierunku marketing i komunikacja rynkowa

Marketing i komunikacja rynkowa to kierunek studiów o charakterze praktycznym, którego celem jest przygotowanie absolwenta do pracy w mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach, na stanowiskach związanych z marketingiem lub sprzedażą. Absolwent kierunku jest przygotowany do pełnienia funkcji pracownika działu obsługi klienta, handlowca lub kierownika biura handlowego, merchandisera, specjalisty ds. działań promocyjnych, specjalisty ds. reklamy, specjalisty ds. PR i kontaktów z mediami, specjalisty ds. badań marketingowych, account managera w agencji reklamowej, jak również brand lub category managera w przedsiębiorstwach handlowych bądź produkcyjnych. Równocześnie studia na kierunku marketing i komunikacja rynkowa przygotowują do prowadzenia własnej działalności, zwłaszcza w sektorze usługowym lub handlowym.

Absolwent kierunku jest ponadto przygotowany do zmian organizacyjnych i szybkiej adaptacji w mikro-, małym i średnim przedsiębiorstwie oraz współpracy pomiędzy stanowiskami czy działami. Posiada wiedzę dotyczącą komunikacji wewnętrznej, w tym nieformalnej, oraz umiejętności interpersonalne, umożliwiające efektywną komunikację ze współpracownikami, a także wszechstronną realizację procesu sprzedażowego oraz budowanie długotrwałej i pozytywnej relacji z klientem.

Absolwent kierunku marketing i komunikacja rynkowa zna zasady funkcjonowania mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, a także rozumie i potrafi wykorzystywać w praktyce zasady rządzące ekonomiką prowadzenia działalności gospodarczej, szczególnie w zakresie tworzenia i prowadzenia mikroprzedsiębiorstwa. Jest wyposażony w wiedzę i umiejętności w zakresie:

- zarządzania marketingowego, w tym marketingu usług;
- działań promocyjnych (reklamy, public relations, organizowania wydarzeń promocyjnych, merchandisingu i in.);
- handlu i obsługi klienta;
- technik sprzedaży i negocjacji;
- kształtowania jakości usług;
- budowania efektywnych programów lojalnościowych.

Absolwent jest przygotowany do planowania i realizowania marketingu w mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach, z uwzględnieniem specyfiki oferty usługowej i uczestnictwa klienta w procesie tworzenia oferty. Posiada umiejętność badania otoczenia rynkowego, w tym oferty konkurentów, wykonania segmentacji rynku i określania potrzeb klientów docelowych, ustalania celów działań marketingowych, tworzenia planów marketingowych,

budżetowania działań marketingowych, opracowania strategii marketingowych oraz kontrolowania ich skuteczności i efektywności, a także kształtowania partnerskich relacji z klientami. Potrafi praktycznie stosować zasady nowoczesnego zarządzania jakością, szczególnie w zakresie systemów normatywnych, jak też rozumienia zakupowych zachowań konsumenckich.

Absolwent kierunku marketing i komunikacja rynkowa zna i rozumie zasady tworzenia zintegrowanej komunikacji marketingowej firmy z jej otoczeniem bezpośrednim oraz pośrednim, której efektem powinno być tworzenie, utrzymywanie lub odzyskiwanie zamierzonego wizerunku firmy oraz jej produktów na rynku. Absolwent potrafi zaplanować działania promocyjne z właściwym wykorzystaniem narzędzi (reklamy, promocji sprzedaży, sprzedaży osobistej, public relations, merchandisingu, marketingu bezpośredniego czy targów i wystaw handlowych), potencjału nowych mediów i mediów społecznościowych oraz nowych technologii. Równocześnie absolwent jest wyposażony w podstawowe umiejętności z zakresu technologii informacyjnych, dające podstawę do efektywnej współpracy z jednostkami odpowiedzialnymi za przygotowanie działań promocyjnych oraz umożliwiające, w podstawowym zakresie, samodzielne budowanie przekazu. Absolwent jest także zdolny do krytycznej oceny procesów komunikacji marketingowej, zarówno z punktu widzenia ich efektywności, dopasowania do odbiorcy, jak również zgodności z przepisami prawa oraz normami społecznymi i standardami branżowymi.

3. Wykaz zamierzonych efektów kształcenia

a) Zamierzone efekty kształcenia dla kierunku studiów marketing i komunikacja rynkowa – studia I stopnia.

Zamierzone efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych dla kierunku studiów i poziomu kształcenia przedstawia Tabela nr 1.

b) Pokrycie efektów kształcenia dla obszaru kształcenia.

Pokrycie efektów kształcenia dla obszaru kształcenia przez efekty kształcenia dla kierunku studiów w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych przedstawia Tabela nr 2.

c) Pokrycie efektów kształcenia dla kwalifikacji związanych z tytułem zawodowym inżyniera przez efekty kształcenia dla kierunku studiów.

W przypadku kierunku studiów marketing i komunikacja rynkowa nie występują kompetencje inżynierskie ze względu na charakter studiów i nadawany tytuł na studiach I stopnia (licencjat).

Ad a) Zamierzone efekty kształcenia

Tabela nr 1 - Zamierzone efekty kształcenia dla studiów I stopnia na kierunku marketing i komunikacja rynkowa

Opis efektów kształcenia dla kierunku marketing i komunikacja rynkowa		
Poziom kształcenia:	studia I stopnia	
Profil kształcenia:	praktyczny	
Osoba posiadająca kwalifikacje I stopnia:		
Wiedza		
1	MiKR1P_W01	zna podstawy teoretyczne nauk o zarządzaniu oraz dyscyplin komplementarnych, w tym relacje zachodzące pomiędzy wybranymi strukturami, instytucjami oraz podmiotami rynkowymi
2	MiKR1P_W02	rozumie podstawowe procesy i typowe zjawiska zachodzące w organizacjach oraz pomiędzy ich interesariuszami tworzącymi ich mikro- i makrootoczenie
3	MiKR1P_W03	zna narzędzia i techniki budowania, koordynowania oraz efektywnego podtrzymywania relacji pomiędzy podmiotami rynkowymi
4	MiKR1P_W04	ma wiedzę na temat zjawisk, relacji oraz zmian występujących w otoczeniu rynkowym przedsiębiorstwa, tłumaczy ich genezę oraz wyjaśnia wpływ na sposób funkcjonowania organizacji
5	MiKR1P_W05	definiuje działania marketingowe występujące w poszczególnych obszarach funkcjonalnych przedsiębiorstwa oraz zachodzące między nimi relacje
6	MiKR1P_W06	zna i rozumie metody i instrumenty kontroli oraz oceny podejmowanych działań, szczególnie w zakresie marketingu
7	MiKR1P_W07	zna typowe metody badań rynkowych w poszczególnych obszarach działalności marketingowej przedsiębiorstwa: badań klienta, produktu i jego jakości, komunikacji z otoczeniem i innych
8	MiKR1P_W08	zna zasady organizacji i działania poszczególnych obszarów marketingu, ich specyfikę oraz zależności zachodzące między nimi, ze szczególnym uwzględnieniem działalności rynkowej przedsiębiorstw

9	MiKR1P_W09	objaśnia i ilustruje znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji
10	MiKR1P_W10	ma wiedzę pozwalającą diagnozować i rozwiązywać problemy funkcjonowania organizacji, powstające w poszczególnych obszarach jej działania, w tym w obszarze procesów marketingowych
11	MiKR1P_W11	zna zasady i techniki sprzedaży oraz budowania długookresowych relacji z klientem
12	MiKR1P_W12	zna podstawowe zasady oraz etapy tworzenia planu marketingowego
13	MiKR1P_W13	definiuje etapy procesu komunikacji marketingowej, a także posiada dogłębną wiedzę o możliwych do wykorzystania w jej obrębie instrumentach i kanałach przekazu
14	MiKR1P_W14	zna standardowe metody matematyczne i statystyczne, w szczególności wspomagające procesy podejmowania decyzji, oraz narzędzia gromadzenia, analizy i prezentacji danych pierwotnych i wtórnych
15	MiKR1P_W15	wyjaśnia rolę i znaczenie struktur oraz przepisów organizacyjnych, a także relacje zachodzące między nimi, w celu uzasadnienia konkretnych działań
16	MiKR1P_W16	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz ochrony i bezpieczeństwa danych
17	MiKR1P_W17	zna ogólne zasady podejmowania, organizowania, prowadzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości
18	MiKR1P_W18	zna zasady, techniki oraz etapy prowadzenia negocjacji
Umiejętności		
1	MiKR1P_U01	umie docierać do źródeł wiedzy, dokonywać ich oceny oraz interpretacji, a także praktycznie korzystać z nich w procesach zarządczych, w tym z obszaru marketingu
2	MiKR1P_U02	wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną w praktyce: do realizacji zadań z obszaru marketingu, a także do organizacji współdziałania procesów marketingowych z innymi obszarami funkcjonalnymi przedsiębiorstwa
3	MiKR1P_U03	potrafi dobrać, wykorzystać oraz dokonać oceny skuteczności metod, technik i narzędzi służących do badania, opisu i praktycznej analizy stanu oraz kierunku zmian otoczenia rynkowego organizacji

4	MiKR1P_U04	rozpoznaje, analizuje oraz interpretuje typowe problemy związane z aktywnością rynkową podmiotu, powstające w otoczeniu organizacji i mające wpływ na jej funkcjonowanie
5	MiKR1P_U05	potrafi diagnozować i rozwiązywać problemy związane z podstawowymi instrumentami marketingu: produktem, ceną, dystrybucją, promocją i personelem oraz posiada umiejętność wdrażania i oceny opracowanych rozwiązań
6	MiKR1P_U06	umie interpretować i wypełniać na poziomie podstawowym funkcje marketingu w organizacji, w szczególności prowadzącej działalność usługową lub handlową, bazując na wiedzy teoretycznej oraz umiejętnościach nabytych podczas praktyki zawodowej
7	MiKR1P_U07	potrafi w podstawowym zakresie organizować praktyczne działanie organizacji i/lub jej podstawowych obszarów, w szczególności dotyczących marketingu, handlu i negocjacji, z wykorzystaniem różnorodnych norm i reguł oraz standardowych metod i narzędzi
8	MiKR1P_U08	potrafi stosować w praktyce wskaźniki odzwierciedlające zewnętrzne i wewnętrzne aspekty realizowanych procesów zarządzania, w szczególności marketingu
9	MiKR1P_U09	podejmuje decyzje marketingowe, dokonuje oceny proponowanych rozwiązań, potrafi je wdrożyć, a także przewiduje praktyczne skutki wprowadzanych zmian
10	MiKR1P_U10	stosuje w procesach zarządczych podstawowe metody z zakresu matematyki i statystyki
11	MiKR1P_U11	potrafi prawidłowo posługiwać się normami i standardami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi, jakościowymi i in.) w realizowanych procesach marketingu, w szczególności w obszarze komunikacji z otoczeniem oraz budowania relacji z klientem
12	MiKR1P_U12	posiada umiejętności umożliwiające podjęcie, organizację i prowadzenie działalności gospodarczej
13	MiKR1P_U13	posiada umiejętność tworzenia typowych prac pisemnych oraz wystąpień ustnych w języku polskim oraz języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z działaniem organizacji, z wykorzystaniem podstawowych koncepcji teoretycznych, a także różnych źródeł
14	MiKR1P_U14	ma umiejętności językowe w zakresie studiowanej dyscypliny, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego

15	MiKR1P_U15	różnicuje potencjalne grupy docelowe klientów organizacji, określając ich charakterystyki oraz potrzeby i oczekiwania odnośnie instrumentów marketingu
16	MiKR1P_U16	przygotowuje, wdraża w praktyce oraz ewaluje plan marketingowy przedsiębiorstwa
17	MiKR1P_U17	stosuje w procesach zarządczych podstawowe metody z zakresu finansów i rachunkowości
18	MiKR1P_U18	opracowuje, wdraża i ocenia strategię komunikacji, tworząc przekaz, dobierając i wykorzystując instrumenty oraz techniki komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem rynkowym, a także narzędzia oceny ich skuteczności
19	MiKR1P_U19	zarządza przebiegiem procesów handlowych w przedsiębiorstwie
20	MiKR1P_U20	potrafi analizować oraz poddawać ocenie wizerunek przedsiębiorstwa i/lub oferowanych przez niego marek
21	MiKR1P_U21	projektuje elementy systemu tożsamości organizacji
22	MiKR1P_U22	wykorzystuje najnowsze techniki i technologie informatyczne, Internet oraz nowe media do realizacji zamierzonych celów z zakresu zarządzania, w tym marketingu oraz handlu
Kompetencje społeczne		
1	MiKR1P_K01	ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności; rozumie potrzebę dokończania się w celu podnoszenia swoich kompetencji zawodowych i osobistych
2	MiKR1P_K02	potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy
3	MiKR1P_K03	potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, także koordynując jej pracę
4	MiKR1P_K04	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu - jest świadomy odpowiedzialności związanej z wykonywanym zawodem
5	MiKR1P_K05	wykazuje inicjatywę i samodzielność w działaniach profesjonalnych, przyjmując odpowiedzialność za swoje decyzje
6	MiKR1P_K06	potrafi budować relacje interpersonalne z interesariuszami organizacji oraz współpracownikami, szczególnie w zespole zadaniowym
7	MiKR1P_K07	postępuje zgodnie z obowiązującymi zasadami autoprezentacji i wystąpień publicznych

8	MiKR1P_K08	jest świadomy dylematów etycznych i społecznych związanych z realizowaniem działań marketingowych, w szczególności w obszarze komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem
9	MiKR1P_K09	jest zdolny do zrozumienia potrzeb i oczekiwań klienta, a także czynników stojących za jego decyzjami i motywacją
10	MiKR1P_K10	w sposób asertywny i z poszanowaniem jednostki rozwiązuje konflikty i wypracowuje wspólne stanowisko – zarówno w obszarze relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem, jak i wewnątrz organizacji
11	MiKR1P_K11	aktywnie i w sposób otwarty podchodzi do działań handlowych, dbając o zadowolenie klienta oraz wizerunek przedsiębiorstwa

Gdzie:

MiKR – kierunek studiów: marketing i komunikacja rynkowa

1 – studia I stopnia

P – profil praktyczny

Symbol po podkreślniku:

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – kategoria kompetencji społecznych

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

Ad b) Pokrycie efektów kształcenia dla obszaru kształcenia

Tabela nr 2 - Pokrycie efektów kształcenia dla obszaru kształcenia dla studiów I stopnia na kierunku marketing i komunikacja rynkowa

Nazwa kierunku studiów	marketing i komunikacja rynkowa		
Poziom kształcenia:	studia I stopnia		
Profil kształcenia	praktyczny		
Symbol efekty kształcenia dla nauk społecznych	Efekty kształcenia dla obszaru nauk społecznych	Odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku	Uwagi
Wiedza			
S1P_W01	ma podstawową wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk	MiKR1P_W01 MiKR1P_W03	
S1P_W02	ma podstawową wiedzę o typowych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych), w szczególności ich podstawowych elementach	MiKR1P_W02 MiKR1P_W05	
S1P_W03	ma podstawową wiedzę o relacjach między strukturami i instytucjami społecznymi i ich elementami	MiKR1P_W01 MiKR1P_W02 MiKR1P_W03 MiKR1P_W04	

S1P_W04	zna rodzaje więzi społecznych w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów i rządzące nimi prawidłowości	MiKR1P_W02 MiKR1P_W03 MiKR1P_W04 MiKR1P_W13	
S1P_W05	ma wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie konstytuującym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania, a także działającym w tych strukturach	MiKR1P_W03 MiKR1P_W11 MiKR1P_W12 MiKR1P_W13 MiKR1P_W18	
S1P_W06	ma wiedzę o metodach i narzędziach, w tym technikach pozyskiwania danych, odpowiednich dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów, pozwalających opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące, ze szczególnym uwzględnieniem wybranych instytucji oraz organizacji społecznych lub gospodarczych	MiKR1P_W06 MiKR1P_W07 MiKR1P_W10 MiKR1P_W14	
S1P_W07	ma wiedzę o normach i regułach organizujących wybrane struktury i instytucje społeczne	MiKR1P_W03 MiKR1P_W08 MiKR1P_W09 MiKR1P_W11 MiKR1P_W12 MiKR1P_W15 MiKR1P_W18	

S1P_W08	ma wiedzę o procesach zmian wybranych struktur i instytucji społecznych oraz ich elementów, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian	MiKR1P_W04 MiKR1P_W06 MiKR1P_W10	
S1P_W09	ma wiedzę o poglądach na temat wybranych struktur i instytucji społecznych oraz rodzajów więzi społecznych i ich historycznej ewolucji	MiKR1P_W01 MiKR1P_W02	
S1P_W10	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	MiKR1P_W16	
S1P_W11	zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystując wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów	MiKR1P_W08 MiKR1P_W10 MiKR1P_W17	
Umiejętności			
S1P_U01	potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) specyficzne dla studiowanego kierunku studiów	MiKR1P_U03 MiKR1P_U04 MiKR1P_U06 MiKR1P_U08 MiKR1P_U15 MiKR1P_U20	
S1P_U02	potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla studiowanego kierunku studiów	MiKR1P_U01 MiKR1P_U03 MiKR1P_U08 MiKR1P_U09 MiKR1P_U10 MiKR1P_U17 MiKR1P_U20	

S1P_U03	potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów	MiKR1P_U03 MiKR1P_U04 MiKR1P_U05 MiKR1P_U17	
S1P_U04	potrafi prognozować praktyczne skutki konkretnych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, ekonomicznych) z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi właściwych dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów	MiKR1P_U05 MiKR1P_U08 MiKR1P_U09 MiKR1P_U10 MiKR1P_U17	
S1P_U05	prawidłowo posługuje się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów	MiKR1P_U07 MiKR1P_U11	
S1P_U06	posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy, z uwzględnieniem umiejętności nabytych podczas praktyki zawodowej	MiKR1P_U02 MiKR1P_U06 MiKR1P_U07 MiKR1P_U12 MiKR1P_U16 MiKR1P_U18 MiKR1P_U19	

S1P_U07	posiada umiejętność analizy proponowanego rozwiązania konkretnych problemów i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie; posiada umiejętność wdrażania proponowanych rozwiązań	MiKR1P_U09 MiKR1P_U10 MiKR1P_U16 MiKR1P_U17 MiKR1P_U18 MiKR1P_U21	
S1P_U08	posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych	MiKR1P_U04 MiKR1P_U05 MiKR1P_U08 MiKR1P_U15 MiKR1P_U20	
S1P_U09	posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym uznawanym za podstawowy dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów, dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł	MiKR1P_U13 MiKR1P_U14 MiKR1P_U22	
S1P_U10	posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim i języku obcym, w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów, dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł	MiKR1P_U13 MiKR1P_U14 MiKR1P_U22	

S1P_U11	ma umiejętności językowe w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	MiKR1P_U14	
Kompetencje społeczne			
S1P_K01	rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie	MiKR1P_K01	
S1P_K02	potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	MiKR1P_K03 MiKR1P_K06 MiKR1P_K07 MiKR1P_K10	
S1P_K03	potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania	MiKR1P_K05 MiKR1P_K07 MiKR1P_K09 MiKR1P_K10	
S1P_K04	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu	MiKR1P_K04 MiKR1P_K08 MiKR1P_K07 MiKR1P_K10	
S1P_K05	umie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych (politycznych, gospodarczych, obywatelskich), uwzględniając aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne	MiKR1P_K03 MiKR1P_K06 MiKR1P_K10	
S1P_K06	potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	MiKR1P_K01	
S1P_K07	potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	MiKR1P_K02 MiKR1P_K05 MiKR1P_K09 MiKR1P_K11	

Gdzie:

MiKR - kierunek studiów: marketing i komunikacja rynkowa

1 - studia I stopnia

P - profil praktyczny

Symbol po podkreślniku:

W - kategoria wiedzy

U - kategoria umiejętności

K - kategoria kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - numer efektu kształcenia.