Załącznik nr 2 do Regulaminu – Program stażu na semestr 5 i 6 wraz z efektami uczenia się

**SEMESTR 5**

1. **Zakres merytoryczny stażu:**
2. Zapoznanie stażysty ze specyfiką rynku reklamy cyfrowej.
3. Zapoznanie stażysty z aktualnymi raportami nt. liczby internautów.
4. Zapoznanie stażysty z aktualnymi trendami i tendencjami w zakresie mediów cyfrowych.
5. Przyswojenie przez stażystę klasyfikacji kanałów komunikacji w oparciu o business case.
6. Zapoznanie stażysty z ekosystemem branży e-marketingowej w Polsce.
7. Przyswojenie przez stażystę klasyfikacji modeli emisji i zakupu w oparciu o business case.
8. Zapoznanie stażysty z kluczowymi pojęciami e-marketingu.
9. Nauka zastosowania kluczowych wskaźników.
10. Czytanie briefu.
11. Przyswojenie zasad przygotowania kreacji.
12. Struktura organizacji. Procesy i działania podejmowane w organizacji w odniesieniu do klientów zewnętrznych.
13. Zrozumienie powiązań i zależności pomiędzy kanałami offline i online.
14. Poznanie podstawowych źródeł danych oraz nauka interpretacji.
15. Przyswojenie różnic pomiędzy kampanią wizerunkową a efektywnościową.
16. Nauka definiowania grup docelowych wg podstawowych kryteriów.
17. Zapoznanie ze sposobami budżetowania i rozliczania kampanii w Internecie.
18. Zapoznanie ze sposobami pomiaru skuteczności ze względu na cel.
19. Zapoznanie z podstawowymi pojęciami Display Advertising.
20. Zapoznanie z kluczowymi formatami reklamy display.
21. Poznanie procesu produkcji kampanii display.
22. Poznanie metod wyboru kampanii display vs. inne formy reklamy cyfrowej.
23. Poznanie kluczowych parametrów kampanii display.
24. Poznanie specyfiki kompetencji mediaplannera oraz zaznajomienie z interpretacją mediaplanu.
25. Poznanie kluczowych zasad przygotowania kreacji dla kampanii display.
26. Poznanie metod pomiaru skuteczności kampanii display.
27. Poznanie zasad przygotowania kreacji e-mailingowej.
28. Zaznajomienie z przepisami warunkującymi stosowanie e-mail marketingu.
29. Nauka pomiaru efektywności kampanii e-mailingowych.
30. **Opis efektów uczenia się w obszarze staży:**

1. WIEDZA

1. stażysta ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o zarządzaniu, ich miejscu w systemie nauk oraz relacjach do innych nauk – w szczególności prawa, socjologii, psychologii, filozofii (etyki) oraz wiedzę na temat podstaw zarządzania (w tym jego funkcji, elementów składowych, itp.),
2. stażysta rozumie, w jaki sposób działalność biznesowa oraz działalność organizacji pozarządowych wypływają na kształtowanie, rozwój i ewolucję relacji społecznych na poziomie lokalnym, krajowym i globalnym,
3. stażysta rozumie sposób funkcjonowania jednostek i grup w różnych zespołach oraz rodzajach organizacji gospodarczych i społecznych,
4. stażysta ma wiedzę o metodach i narzędziach pozyskiwania danych na potrzeby przeprowadzania badań rynkowych i społecznych oraz badania zależności między uczestnikami rynku,
5. stażysta ma wiedzę o procesach zmian zachodzących w przedsiębiorstwach i organizacjach gospodarczych, ich przyczynach, konsekwencjach oraz zasadach ich efektywnego przeprowadzania,
6. stażysta zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu etyki biznesu, prawa administracyjnego, ochrony własności intelektualnej, prawa spółek handlowych i prawa pracy.

2. UMIEJĘTNOŚCI

1. stażysta potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu ekonomii i zarządzania do opisywania procesów zachodzących w biznesie oraz przetwarzania danych na potrzeby analizowania tychże procesów,
2. stażysta potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów społeczno-ekonomicznych i zjawisk biznesowych i wspólnie prognozować ich skutki praktyczne,
3. stażysta krytycznie analizuje, ocenia i wykorzystuje informacje oraz dane w celu zademonstrowania ich wpływu na rozwiązywanie złożonych problemów cywilizacyjnych przy użyciu metod jakościowych i ilościowych,
4. stażysta potrafi wykorzystać nowo zdobytą wiedzę w celu wspierania innowacyjnych, praktycznych zmian w nowych kontekstach,
5. stażysta potrafi efektywnie i wspólnie pracować w większych grupach i/lub zespołach, tak aby osiągać złożone cele i wypełniać obowiązki oraz potrafi udzielać i przyjmować informacje zwrotne,
6. stażysta potrafi ocenić i przeprowadzić analizę krytyczną stanowiska, na którym opiera się strategia podejmowania decyzji zastosowana w projekcie,
7. Stażysta potrafi planować i organizować pracę indywidualną i w zespole oraz współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych wykazując się empatią, aktywnym słuchaniem oraz odpowiedzialnością.

3. KOMPETENCJE

1. stażysta wykazuje proaktywne podejście do przywództwa, uznając możliwości inicjowania pozytywnych zmian i wywierania wpływu w sposób odpowiedzialny i zgodny z zasadami etyki,
2. stażysta prezentuje postawę przedsiębiorczą w wielu kontekstach zawodowych.

**SEMESTR 6**

1. **Zakres merytoryczny stażu:**
2. Zapoznanie z podstawowymi pojęciami SEM.
3. Znajomość największych wyszukiwarek w Polsce i na świecie oraz mechaniki ich działania.
4. Przyswojenie kluczowych aspektów pozycjonowania SEO.
5. Poznanie mechanizmów Google Adwords w praktyce.
6. Poznanie kluczowych zasad przygotowania reklamy Adwords.
7. Zapoznanie z podstawowymi pojęciami, formatami reklamy wideo.
8. Poznanie kluczowych serwisów z treściami wideo.
9. Zaznajomienie z podstawowymi modelami emisji i zakupu reklamy wideo.
10. Poznanie zjawisk vloggingu i youtubbingu i wykorzystanie w praktyce.
11. Poznanie zasad współpracy z twórcami treści wideo.
12. Poznanie definicji i wykorzystania lokowania produktu w treściach wideo.
13. Poznanie definicji telewizji hybrydowej i jej związków z reklamą wideo.
14. Poznanie podstawowych pojęć, zjawisk, podmiotów, platform social media.
15. Poznanie zjawiska social media listeningu.
16. Poznanie rodzajów i specyfiki reklamy w mediach społecznościowych.
17. Przyswojenie różnic pomiędzy marketingiem społecznościowym a innymi formami e-marketingu.
18. Nauka interpretacji kluczowych wskaźników pomiaru oraz wykorzystywanie narzędzi analitycznych w praktyce.
19. Poznanie klasyfikacji form content marketingu.
20. Poznanie podstawowych pojęć Programmaticu.
21. Przyswojenie mechaniki działania RTB.
22. Przyswojenie formatów i modeli rozliczeń w RTB.
23. Nauka analizy wyników kampanii oraz zastosowania wskaźników pomiaru skuteczności.
24. **Opis efektów uczenia się w obszarze staży:**

1. WIEDZA

1. stażysta ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o zarządzaniu, ich miejscu w systemie nauk oraz relacjach do innych nauk – w szczególności prawa, socjologii, psychologii, filozofii (etyki) oraz wiedzę na temat podstaw zarządzania (w tym jego funkcji, elementów składowych, itp.).

2. UMIEJĘTNOŚCI

1. stażysta potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu ekonomii i zarządzania do opisywania procesów zachodzących w biznesie oraz przetwarzania danych na potrzeby analizowania tychże procesów,
2. stażysta potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów społeczno-ekonomicznych i zjawisk biznesowych i wspólnie prognozować ich skutki praktyczne,
3. stażysta krytycznie analizuje, ocenia i wykorzystuje informacje oraz dane w celu zademonstrowania ich wpływu na rozwiązywanie złożonych problemów cywilizacyjnych przy użyciu metod jakościowych i ilościowych,
4. stażysta potrafi wykorzystać nowo zdobytą wiedzę w celu wspierania innowacyjnych, praktycznych zmian w nowych kontekstach,
5. stażysta potrafi efektywnie i wspólnie pracować w większych grupach i/lub zespołach, tak aby osiągać złożone cele i wypełniać obowiązki oraz potrafi udzielać i przyjmować informacje zwrotne,
6. stażysta potrafi ocenić i przeprowadzić analizę krytyczną stanowiska, na którym opiera się strategia podejmowania decyzji zastosowana w projekcie,
7. Stażysta potrafi planować i organizować pracę indywidualną i w zespole oraz współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych wykazując się empatią, aktywnym słuchaniem oraz odpowiedzialnością.

3. KOMPETENCJE

1. stażysta prezentuje postawę przedsiębiorczą w wielu kontekstach zawodowych.

**SEMESTR 6**

1. **Zakres merytoryczny stażu:**
2. Poznanie podstawowych pojęć, marketingu mobilnego i odniesienie do innych dyscyplin e-marketingu.
3. Poznanie sposobów optymalizacji stron internetowych pod kątem mobilności.
4. Poznanie rodzajów aplikacji mobilnych, rynku systemów operacyjnych.
5. Przyswojenie wiedzy dotyczącej testowania aplikacji mobilnych.
6. Poznanie specyfiki reklamy mobilnej.
7. Nauka rozróżnienia pomiędzy serwisem mobilnym a responsywnym.
8. Poznanie podstaw i wykorzystania geolokalizacji w marketingu.
9. Nauka wykorzystania sms/mms oraz internetu rzeczy w marketingu.
10. Nauka pomiaru skuteczności reklamy mobilnej.
11. Poznanie pojęć ROPO i showrooming.
12. Zaznajomienie z podstawowymi pojęciami i narzędziami analityki.
13. Nauka wykorzystania narzędzi Google URL builder.
14. **Opis efektów uczenia się w obszarze staży:**

1. WIEDZA

1. stażysta ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o zarządzaniu, ich miejscu w systemie nauk oraz relacjach do innych nauk – w szczególności prawa, socjologii, psychologii, filozofii (etyki) oraz wiedzę na temat podstaw zarządzania (w tym jego funkcji, elementów składowych, itp.),
2. stażysta rozumie, w jaki sposób działalność biznesowa oraz działalność organizacji pozarządowych wypływają na kształtowanie, rozwój i ewolucję relacji społecznych na poziomie lokalnym, krajowym i globalnym,
3. stażysta rozumie sposób funkcjonowania jednostek i grup w różnych zespołach oraz rodzajach organizacji gospodarczych i społecznych,
4. stażysta ma wiedzę o metodach i narzędziach pozyskiwania danych na potrzeby przeprowadzania badań rynkowych i społecznych oraz badania zależności między uczestnikami rynku.

2. UMIEJĘTNOŚCI

1. stażysta potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu ekonomii i zarządzania do opisywania procesów zachodzących w biznesie oraz przetwarzania danych na potrzeby analizowania tychże procesów,
2. stażysta potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów społeczno-ekonomicznych i zjawisk biznesowych i wspólnie prognozować ich skutki praktyczne,
3. stażysta krytycznie analizuje, ocenia i wykorzystuje informacje oraz dane w celu zademonstrowania ich wpływu na rozwiązywanie złożonych problemów cywilizacyjnych przy użyciu metod jakościowych i ilościowych,
4. stażysta prawidłowo planuje działania z uwzględnieniem uwarunkowań prawnych oraz zasad etycznych w celu przeprowadzenia konkretnego przedsięwzięcia biznesowego w środowisku mono i wielokulturowym,
5. stażysta potrafi wykorzystać nowo zdobytą wiedzę w celu wspierania innowacyjnych, praktycznych zmian w nowych kontekstach,
6. stażysta potrafi efektywnie i wspólnie pracować w większych grupach i/lub zespołach, tak aby osiągać złożone cele i wypełniać obowiązki oraz potrafi udzielać i przyjmować informacje zwrotne,
7. stażysta potrafi ocenić i przeprowadzić analizę krytyczną stanowiska, na którym opiera się strategia podejmowania decyzji zastosowana w projekcie,
8. Stażysta potrafi planować i organizować pracę indywidualną i w zespole oraz współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych wykazując się empatią, aktywnym słuchaniem oraz odpowiedzialnością.

3. KOMPETENCJE

1. stażysta prezentuje postawę przedsiębiorczą w wielu kontekstach zawodowych.