

OPISY PRZEDMIOTÓW OBIERALNYCH

Nazwa kierunku studiów	Marketing i nowe media
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
Rocznik	2024/2025
Semestr, w którym przedmioty są wybierane	4
Semestr, w którym przedmioty są realizowane	5

Przedmioty obieralne umożliwiają zdobywanie wiedzy i rozwijanie umiejętności ważnych dla kierunku, ale z uwzględnieniem indywidualnych zainteresowań studenta.

W tym semestrze macie Państwo możliwość wyboru części przedmiotów obieralnych, a wybrane przedmioty będą realizowane w kolejnym semestrze.

Przedmiot może być realizowany jeśli zbierze się wystarczająca liczba chętnych studentów (nie mniej niż 66% studentów dokonujących wyboru).

W tym semestrze wyboru dokonacie Państwo za pomocą ankiety, która zostanie udostępniona 20. kwietnia (ankieta będzie aktywna przez tydzień). Studenci którzy nie dokonają wyboru, zostaną administracyjnie dopisani do przedmiotów które będą realizowane.

W semestrze letnim 2025/26 wybieracie Państwo 2 przedmioty kierunkowe z 3 oferowanych:

PSYCHOSPOŁECZNY WPŁYW MARKETINGU

Treści kształcenia:

- Psychologia zachowań konsumenckich
- Uwarunkowania społeczne decyzji nabywców
- Procesy poznawcze a podejmowanie decyzji
- Emocja a komunikacja marketingowa
- Pamięć i uczenie się – doświadczenia neuromarketingu
- Produkt, język, komunikacja – czynniki społeczne i psychologiczne

MARKETING I PR SEKTORA MEDYCZNEGO

Treści kształcenia:

- Charakterystyka rynku medycznego. Podstawowe pojęcia i specyfika działań marketingu i PR w sektorze medycznym
- Rola i znaczenie marketingu i PR w placówkach medycznych.
- Regulacje prawne i etyczne w marketingu medycznym
- Strategia marketingowa w sektorze medycznym
- Rola internetu i mediów społecznościowych w marketingu medycznym. Strategie content marketingu w sektorze medycznym

- Budowanie relacji z pacjentami i ich rodzinami. Personalizacja usług medycznych
- Rola influencerów i ambasadorów marki w marketingu medycznym
- Analiza przypadków skutecznych kampanii marketingowych w sektorze medycznym

NEGOCJACJE I MEDIACJE

Treści kształcenia:

- Pojęcie i przyczyny negocjacji
- Dynamika konfliktu i psychologiczne bariery na drodze jego rozwiązania
- Negocjacje - fazy negocjacji, style, strategie i techniki
- Pojęcie mediacji
- Rola i zadania mediatora
- Zasady prowadzenia mediacji