

STUDY MODULE DESCRIPTION FORM		
Name of the module/subject Creating business information		Code 1011105231011108888
Field of study Engineering Management - Part-time studies -	Profile of study (general academic, practical) (brak)	Year /Semester 2 / 3
Elective path/specialty Communication Management in	Subject offered in: Polish	Course (compulsory, elective) elective
Cycle of study: Second-cycle studies	Form of study (full-time, part-time) part-time	
No. of hours Lecture: 10 Classes: - Laboratory: - Project/seminars: -		No. of credits 2
Status of the course in the study program (Basic, major, other) (brak)		(university-wide, from another field) (brak)
Education areas and fields of science and art technical sciences Technical sciences		ECTS distribution (number and %) 2 100% 2 100%
Responsible for subject / lecturer: dr Jakub Pawlak email: jakub.pawlak@put.poznan.pl tel. 61 665 33 89 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		
Prerequisites in terms of knowledge, skills and social competencies:		
1	Knowledge	Basic knowledge of marketing, management and IT.
2	Skills	Is able to interpret and describe: phenomena affecting the enterprise, communication processes on the Internet. He can assess the way of achieving goals while maintaining good relations with partners and colleagues.
3	Social competencies	He is aware of his knowledge in the field of communication and organization and management sciences, and understands and analyzes the basic social phenomena associated with them.
Assumptions and objectives of the course: Mastering knowledge and acquiring skills in the field of internet and mobile communication.		
Study outcomes and reference to the educational results for a field of study		
Knowledge:		
1. He knows in a detailed manner the methods and tools for modeling information processes. - [K2A_W08] 2. He knows the methods and tools for modeling decision-making processes. - [K2A_W09] 3. He knows in a more detailed way the methods of obtaining data on the behavior of foreign market participants. - [K2A_W011] 4. Has in-depth knowledge of the processes of changes in organizational structures and management of these changes. - [K2A_W015]		
Skills:		
1. Can use theoretical knowledge to describe and analyze the causes and course of social processes and phenomena (cultural, political, legal, economic) and can formulate their own opinions and critically select data and analysis methods. -- [K2A_U02] 2. Is able to properly analyze the causes and processes of social processes and phenomena (cultural, political, legal, economic), formulate their own opinions on this subject and make simple research hypotheses and verify them. - [K2A_U03] 3. Has the ability to use the acquired knowledge in various fields and forms, extended by a critical analysis of the effectiveness and usefulness of the applied knowledge. - [K2A_U06]		
Social competencies:		

1. Is aware of the importance of behavior in a professional manner, adherence to the principles of professional ethics and respect for diversity of views and cultures. - [K2A_K04]
2. Ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i umiejętności potrzebnych do rozwiązywania złożonych problemów organizacji i konieczności tworzenia zespołów interdyscyplinarnych aware of the interdisciplinary knowledge and skills needed to solve complex organizational problems and the need to create interdisciplinary teams - [K2A_K06]

Assessment methods of study outcomes

Ocena formująca:

- a) w zakresie ćwiczeń: na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań
 b) w zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na poprzednich zajęciach.

Ocena podsumowująca:

- a) w zakresie ćwiczeń na podstawie: (1) systematycznie oddawanych zadań ćwiczeniowych, (2) na podstawie dyskusji prowadzonej na temat oddanych zadań ćwiczeniowych, (3) formy i jakości przygotowanych materiałów;
 b) w zakresie wykładów: (1) zaliczenie w formie testu wyboru, z odpowiedziami, wśród których przynajmniej jedna odpowiedź jest poprawna; każde pytanie jest punktowane w skali 0 do 1; zaliczenie z wykładów otrzymuje się po uzyskaniu co najmniej 55% punktów. (2) Omówienie wyników zaliczenia.

Course description

- Istota i znaczenie marketingu internetowego i technologii mobilnych
- Podstawy komunikacji w marketingu internetowym i mobilnym
- Wpływ technologii mobilnych i internetowych na kształtowanie cen produktów
- Sprzedaż i dystrybucja z wykorzystaniem Internetu i technologii mobilnych
- Komunikacja w Internecie
- Projektowanie kampanii internetowej oraz budowanie serwisów internetowych i aplikacji mobilnych
- Perspektywy rozwoju technologii sieciowych i ich wpływ na praktykę komunikowania się przedsiębiorstwa z otoczeniem biznesowym.

Basic bibliography:

1. W. Nowak, Media planning, Proteus, Kraków, 2001
2. J. Beliczyński, Planowanie mediów w zarządzaniu reklamą, Antykwia, Kraków, 1999

Additional bibliography:

1. J.Przybysz, D. Mendlewski, Public relations w Internecie, Zeszyty Naukowe PP. Humanistyka i Nauki Społeczne, nr54/2005, Poznan, 2005

Result of average student's workload

Activity	Time (working hours)	
1. Lecture	15	
2. Exercises	15	
3. Consultation of exercises	4	
4. Preparation for exercises	15	
5. Preparation for passing the exam	9	
6. Discussing the results of the test	2	
Student's workload		
Source of workload	hours	ECTS
Total workload	60	2
Contact hours	36	1
Practical activities	30	1