

Załącznik nr 2  
do uchwały nr 67/2019  
Prezydium Polskiej Komisji Akredytacyjnej  
z dnia 28 lutego 2019 r. z późn. zm.



**Profil praktyczny**

# **Raport zespołu oceniającego Polskiej Komisji Akredytacyjnej**

---

Nazwa kierunku studiów: **marketing internetowy**

Nazwa i siedziba uczelni prowadzącej kierunek:

**Collegium Da Vinci w Poznaniu**

Data przeprowadzenia wizytacji: **28-29 listopada 2024 r.**

**Warszawa, 2024**

## Spis treści

---

<b>1. Informacja o wizytacji i jej przebiegu</b>	<b>3</b>
1.1. Skład zespołu oceniającego Polskiej Komisji Akredytacyjnej	3
1.2. Informacja o przebiegu oceny	3
<b>2. Podstawowe informacje o ocenianym kierunku i programie studiów</b>	<b>4</b>
<b>3. Propozycja oceny stopnia spełnienia szczegółowych kryteriów oceny programowej określona przez zespół oceniający PKA</b>	<b>6</b>
<b>4. Opis spełnienia szczegółowych kryteriów oceny programowej i standardów jakości kształcenia</b>	<b>7</b>
Kryterium 1. Konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się	7
Kryterium 2. Realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się	11
Kryterium 3. Przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie	18
Kryterium 4. Kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry	25
Kryterium 5. Infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie	30
Kryterium 6. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku	32
Kryterium 7. Warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku	34
Kryterium 8. Wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia	36
Kryterium 9. Publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach	39
Kryterium 10. Polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów	41

## 1. Informacja o wizytacji i jej przebiegu

### 1.1. Skład zespołu oceniającego Polskiej Komisji Akredytacyjnej

**Przewodnicząca:** dr hab. Weronika Świerczyńska-Głownia, członek PKA

**członkowie:**

1. dr hab. Anna Kalinowska-Żeleźnik, ekspert PKA
2. dr hab. Maria Łoszevska-Ołowska, ekspert PKA
3. Jakub Szczepkowski, ekspert ds. pracodawców
4. *Marek Dworak, ekspert ds. pracodawców-obszernik*
5. Marcin Pioch, ekspert ds. studenckich
6. mgr Karolina Martyniak, sekretarz zespołu oceniającego

### 1.2. Informacja o przebiegu oceny

Ocena jakości kształcenia na kierunku marketing internetowy, prowadzonym przez Collegium Da Vinci w Poznaniu, została przeprowadzona z inicjatywy Polskiej Komisji Akredytacyjnej w ramach harmonogramu prac określonych przez Komisję na rok akademicki 2024/2025.

PKA po raz pierwszy oceniała jakość kształcenia na tym kierunku.

Wizytacja została przygotowana i przeprowadzona w trybie stacjonarnym z wykorzystaniem narzędzi komunikowania się na odległość, zgodnie z obowiązującą procedurą oceny programowej, której dokonuje Polska Komisja Akredytacyjna. Zespół oceniający poprzedził wizytację zapoznaniem się z raportem samooceny przedłożonym przez Władze Uczelni, odbył także spotkania robocze w celu omówienia spraw wymagających wyjaśnienia z Władzami Uczelni i Jednostki oraz ustalenia szczegółowego harmonogramu przebiegu wizytacji. Dokonano także podziału zadań pomiędzy członków zespołu oceniającego. W trakcie wizytacji odbyły się spotkania z Władzami Uczelni, zespołem przygotowującym raport samooceny, studentami, Samorządem Studenckim, przedstawicielami studenckich kół naukowych, nauczycielami akademickimi prowadzącymi zajęcia na ocenianym kierunku studiów, przedstawicielami otoczenia społeczno-gospodarczego oraz z osobami odpowiedzialnymi za doskonalenie jakości i funkcjonowanie wewnętrznego systemu zapewniania jakości kształcenia. Ponadto podczas wizytacji przeprowadzono hospitację zajęć oraz weryfikację bazy dydaktycznej i biblioteki wykorzystywanej w procesie kształcenia na ocenianym kierunku studiów. W toku wizytacji zespół oceniający dokonał przeglądu losowo wybranych prac dyplomowych i etapowych, a także przedłożonej dokumentacji. Przed zakończeniem wizytacji dokonano wstępnych podsumowań, sformułowano uwagi, o których zespół oceniający poinformował Władze Uczelni na spotkaniu podsumowującym.

Podstawa prawna oceny została określona w załączniku nr 1, a szczegółowy harmonogram wizytacji, uwzględniający podział zadań pomiędzy członków zespołu oceniającego, w załączniku nr 2.

## 2. Podstawowe informacje o ocenianym kierunku i programie studiów

Nazwa kierunku studiów	marketing internetowy	
Poziom studiów (studia pierwszego stopnia/studia drugiego stopnia/jednolite studia magisterskie)	studia pierwszego stopnia	
Profil studiów	praktyczny	
Forma studiów (stacjonarne/niestacjonarne)	stacjonarne/niestacjonarne	
Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek <sup>1,2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nauki o komunikacji społecznej i mediach - 70%</li> <li>nauki o zarządzaniu i jakości - 30%</li> </ul>	
Liczba semestrów i liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie określona w programie studiów	6 semestrów / 196 ECTS	
Wymiar praktyk zawodowych <sup>3</sup> /liczba punktów ECTS przyporządkowanych praktykom zawodowym	960 godzin / 6 miesięcy / 35 ECTS	
Specjalności / specjalizacje realizowane w ramach kierunku studiów	brak	
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
	<b>Studia stacjonarne</b>	<b>Studia niestacjonarne</b>
Liczba studentów kierunku	242	327
Liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów <sup>4</sup>	2043 godz.	1983 godz.
Liczba punktów ECTS objętych programem studiów uzyskiwana w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	112,2 ECTS	109,8 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	127,1 ECTS	127,1 ECTS
Liczba punktów ECTS objętych programem studiów uzyskiwana w ramach zajęć do wyboru	91 ECTS	91 ECTS

<sup>1</sup>W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny - nazwa dyscypliny wiodącej, w ramach której uzyskiwana jest ponad połowa efektów uczenia się oraz nazwy pozostałych dyscyplin wraz z określeniem procentowego udziału liczby punktów ECTS dla dyscypliny wiodącej oraz pozostałych dyscyplin w ogólnej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na kierunku

<sup>2</sup> Nazwy dyscyplin należy podać zgodnie z rozporządzeniem MEiN z dnia 11 października 2022 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych (Dz.U. 2022 poz. 2202).

<sup>3</sup> Proszę podać wymiar praktyk w miesiącach oraz w godzinach dydaktycznych.

<sup>4</sup> Liczbę godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów należy podać bez uwzględnienia liczby godzin praktyk zawodowych.

Nazwa kierunku studiów	marketing internetowy	
Poziom studiów (studia pierwszego stopnia/studia drugiego stopnia/jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia	
Profil studiów	praktyczny	
Forma studiów (stacjonarne/niestacjonarne)	niestacjonarne	
Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek <sup>5,6</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nauki o komunikacji społecznej i mediach - 70%</li> <li>nauki o zarządzaniu i jakości - 15%</li> <li>ekonomia i finanse - 15%</li> </ul>	
Liczba semestrów i liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie określona w programie studiów	4 semestry / 148 ECTS	
Wymiar praktyk zawodowych <sup>7</sup> /liczba punktów ECTS przyporządkowanych praktykom zawodowym	480 godzin / 3 miesiące / 18 ECTS	
Specjalności / specjalizacje realizowane w ramach kierunku studiów	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>e-commerce manager (ECM)</i></li> <li><i>dziennikarstwo internetowe (DI)</i></li> </ol>	
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
	<b>Studia stacjonarne</b>	<b>Studia niestacjonarne</b>
Liczba studentów kierunku	brak	134
Liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów <sup>8</sup>	brak	1632 godz. spec. ECM 1631 godz. spec. DI
Liczba punktów ECTS objętych programem studiów uzyskiwana w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	brak	80,3 ECTS spec. ECM 80,2 ECTS spec. DI
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształującym umiejętności praktyczne	brak	81,9 ECTS spec. ECM 81 ECTS spec. DI
Liczba punktów ECTS objętych programem studiów uzyskiwana w ramach zajęć do wyboru	brak	80 ECTS

<sup>5</sup>W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny - nazwa dyscypliny wiodącej, w ramach której uzyskiwana jest ponad połowa efektów uczenia się oraz nazwy pozostałych dyscyplin wraz z określeniem procentowego udziału liczby punktów ECTS dla dyscypliny wiodącej oraz pozostałych dyscyplin w ogólnej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na kierunku

<sup>6</sup>Nazwy dyscyplin należy podać zgodnie z rozporządzeniem MEiN z dnia 11 października 2022 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych (Dz.U. 2022 poz. 2202).

<sup>7</sup> Proszę podać wymiar praktyk w miesiącach oraz w godzinach dydaktycznych.

<sup>8</sup> Liczbę godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów należy podać bez uwzględnienia liczby godzin praktyk zawodowych.

**3. Propozycja oceny stopnia spełnienia szczegółowych kryteriów oceny programowej określona przez zespół oceniający PKA**

Szczegółowe kryterium oceny programowej	Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium określona przez zespół oceniający PKA <sup>9</sup> kryterium spełnione/ kryterium spełnione częściowo/ kryterium niespełnione
Kryterium 1. konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się	kryterium spełnione
Kryterium 2. realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się	kryterium spełnione
Kryterium 3. przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie	kryterium spełnione
Kryterium 4. kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry	kryterium spełnione
Kryterium 5. infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie	kryterium spełnione
Kryterium 6. współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku	kryterium spełnione
Kryterium 7. warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku	kryterium spełnione
Kryterium 8. wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia	kryterium spełnione
Kryterium 9. publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach	kryterium spełnione
Kryterium 10. polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów	kryterium spełnione

<sup>9</sup> W przypadku gdy oceny dla poszczególnych poziomów studiów różnią się, należy wpisać ocenę dla każdego poziomu odrębnie.

## 4. Opis spełnienia szczegółowych kryteriów oceny programowej i standardów jakości kształcenia

### Kryterium 1. Konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się

#### Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 1

Koncepcja i cele kształcenia na ocenianym kierunku są zgodne z celami strategicznymi Uczelni, jej misją i wartościami. Strategia rozwoju uczelni na lata 2023-2025 kładzie szczególny nacisk na rozwój interdyscyplinarnego modelu kształcenia, który ma na celu wyposażenie studentów w szeroki wachlarz kompetencji przyszłości. Program kształcenia na ocenianym kierunku odpowiada na kluczowe cele strategiczne Uczelni, w tym m.in. przygotowywanie studentów do funkcjonowania na nieustannie zmieniającym się rynku pracy oraz tworzenie interdyscyplinarnego hubu łączącego edukację, technologię, biznes i nauki społeczne.

Rozwojowi Collegium Da Vinci towarzyszy dbałość o zapewnienie studentom kompleksowego przygotowania do dynamicznie zmieniającego się rynku pracy, który podlega ciągłym zmianom pod wpływem rozwoju technologicznego i transformacji społeczno-gospodarczych. Oceniany kierunek stanowi przykład kierunku studiów stworzonego w ścisłej współpracy z pracodawcami oraz na podstawie trendów w światowej i polskiej gospodarce.

Koncepcja kształcenia na kierunku marketing internetowy I stopnia sytuuje się w dziedzinie nauk społecznych. Praktyczny profil kierunku powoduje, iż studenci zapoznają się z szerokim zakresem narzędzi, umiejętności i kompetencji w obszarze mediów i masowego komunikowania, co przekłada się na osadzenie kierunku w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach (70%) oraz poprzez zapoznawanie się studentów z wiedzą z zakresu strategii marketingowych oraz technik i narzędzi służących do realizowania tych strategii (m.in. budowanie wizerunku marek, narzędzia do optymalizacji widoczności marek w Internecie i mierzenia skuteczności podejmowanych działań), wykazuje wyraźne powiązanie z dyscypliną nauk o zarządzaniu i jakości (30%).

Marketing internetowy II stopnia sytuuje się w dziedzinie nauk społecznych, w 70% w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach (w obrębie której studenci nabywają wiedzę z zakresu dziennikarstwa internetowego, m.in. projektowania komunikacji w mediach cyfrowych, a także psychologiczno-społecznych aspektów mediów), a także w naukach o zarządzaniu i jakości (15%) (co umożliwi studentom zdobycie wiedzy m.in. z zakresu zarządzania firmą internetową oraz zespołem pracowników) oraz w ekonomii i finansach (15%) (co wprowadza studentów do finansów przedsiębiorstwa internetowego, uwzględniając uwarunkowania makroekonomiczne oraz sektora handlu internetowego. Przekłada się to nie tylko na konstruowanie komunikatów medialnych, ale również wykorzystanie wiedzy na ten temat podczas prowadzenia biznesu e-commerce). Ponadto sedno kierunku uzupełnia i wzmacnia obszar nauk technicznych poprzez treści kształcenia związane z wykorzystaniem narzędzi informatycznych służących do realizacji skutecznej komunikacji w Internecie.

Marketing internetowy I stopnia to interdyscyplinarne studia, łączące wiedzę o komunikacji społecznej i mediach z marketingiem cyfrowym. Studenci tego kierunku zdobywają kompetencje w obszarze nowych mediów, w szczególności: kanałów komunikacji internetowej, sposobów zarządzania treścią, konstruowania skutecznych komunikatów, a także zarządzania mediami

w strategiczny sposób, realizując cele wyznaczone w obrębie strategii marketingu internetowego, uwzględniając wybrane metody, techniki i narzędzia marketingowe.

Natomiast marketing internetowy II stopnia to z kolei kierunek stanowiący naturalną kontynuację kierunku marketing internetowy I stopnia oraz innych kierunków nauk społecznych, który stanowi rozwój wiedzy i umiejętności, a także pozwala na dalsze kształtowanie kompetencji pozyskanych w ramach studiów licencjackich. Kształcenie na tym kierunku łączy wykorzystanie technologii i narzędzi w mediach cyfrowych z zarządzaniem w Internecie lub dziennikarstwem internetowym – uwzględniając wybór jednej z dwóch specjalności, którymi są: *e-commerce manager* oraz *dziennikarstwo internetowe*. Celem jest by student kierunku marketing internetowy po ukończeniu specjalności *e-commerce manager* oprócz wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych związanych z badaniem mediów elektronicznych i tradycyjnych, historią tych mediów oraz funkcjonowaniem współczesnego świata, a także podstawami psychologii mediów i umiejętnościami związanymi z programowaniem na potrzeby tworzenia i udostępniania mediów w różnych platformach internetowych, był również wyposażony w kompetencje z zakresu podstaw ekonomii, informatycznego wspomaganie procesu sprzedaży (zarówno w kontekście tworzenia platform sprzedażowych, jak i tworzenia contentu reklamowego na potrzeby zmieniającego się świata i dynamicznie rozwijającej się branży e-handlu). Natomiast program specjalności *dziennikarstwo internetowe* dostarcza studentowi wiedzy, umiejętności i kompetencji z zakresu: stosowania prawa autorskiego oraz prawa prasowego w mediach elektronicznych, stosowania zasad etycznych w pracy dziennikarza internetowego; podstaw pracy dziennikarza internetowego, podstaw prezentacji i wystąpień publicznych, podstaw media relations, pracy z kamerą w studio nagraniowym, realizacji podstawowych gatunków dziennikarskich, realizacji projektów audiowizualnych, tworzenia tekstu kreatywnego oraz dokumentalnego, projektowania przekazu dźwiękowego, realizacji dźwięku i jego montażu.

Koncepcja kształcenia uwzględnia zarówno rozwój naukowy w dyscyplinie wiodącej, czyli nauki o komunikacji społecznej i mediach, jak i postęp w praktyce społecznej odnoszącej się do szerokiej sfery komunikacji, nawiązuje do nowych koncepcji teoretycznych oraz dotyczy aktywności komunikacyjnej z użyciem nowych technologii, mediów, stosowanych nie tylko w praktyce komunikowania medialnego, ale również rosnącego zapotrzebowania na sprawną komunikację promocyjną i marketingową z ich użyciem w podmiotach rynkowych. Pod tym względem idea kształcenia jest dostosowywana do dynamiki technologicznej i społecznej. Kierunkowy Zespół Dydaktyczny śledzi wzorce krajowe i międzynarodowe, by móc reagować na zmieniające się trendy i wykorzystywać dobre praktyki, w czym wspierają go konsultacje z otoczeniem gospodarczym, w tym z Radą Pracodawców, a także wykładowcami praktykami współpracującymi z Collegium Da Vinci. Dostrzega zatem nowe kanały komunikacji internetowej oraz nowe narzędzia służące do zarządzania tymi kanałami medialnymi w ramach strategii marketingu internetowego. Coraz większy wpływ na przyszły kształt analizowanego kierunku będzie miało upowszechnienie Large Language Models, które już teraz aplikowane są do popularnych narzędzi marketingu internetowego oraz wdrażanie algorytmów sztucznej inteligencji m.in. do systemów reklamowych. Obserwacje te przyczyniły się do wprowadzenia do oferty Modułów do wyboru: *AI w marketingu* oraz *Video marketing*.

Uczelnia deklaruje też dostosowywanie oferty do zapotrzebowania otoczenia społeczno-gospodarczego, w tym interesariuszy reprezentujących rynek pracy. Dowodem tego są oferowane w ramach studiów specjalności, które zostały zmodyfikowane w odpowiedzi na zapotrzebowanie interesariuszy zewnętrznych. Prowadzenie kierunku o profilu praktycznym również jest reakcją na



faktyczne zapotrzebowanie ze strony otoczenia zewnętrznego, w którym pojawia się coraz więcej przestrzeni możliwych do zagospodarowania przez specjalistów od komunikacji społecznej, przygotowanych do projektowania i prowadzenia komunikacji z użyciem zróżnicowanych narzędzi i metod.

W koncepcji kształcenia uwzględniono uwarunkowania związane z wprowadzeniem nauczania na odległość, zachowując wymagany maksymalny poziom udziału tych zajęć w całym programie kształcenia (17% ECTS dla studiów I stopnia oraz 13% ECTS dla studiów II stopnia) oraz prowadzić przede wszystkim te zajęcia, które nie są związane z kształtowaniem umiejętności praktycznych. Zapewnia to studentom elastyczność w organizacji procesu uczenia się, umożliwiając jednocześnie dostęp do materiałów dydaktycznych w dowolnym czasie i miejscu. Kształcenie zdalne pełni również funkcję wspierającą, umożliwiając osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się poprzez różnorodne formy dydaktyczne, w tym interakcję między studentami a wykładowcami w środowisku cyfrowym. Collegium Da Vinci reguluje kształcenie zdalne za pomocą jasno określonych zasad i procedur. Kluczowym dokumentem jest "Regulamin tworzenia i prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość", który został wdrożony w 2020 roku i zaktualizowany w 2024 roku. Regulamin ten określa standardy projektowania i realizacji zajęć zdalnych oraz obowiązki wykładowców i studentów w tym zakresie. Uczelnia korzysta z nowoczesnych narzędzi technologicznych, takich jak platforma Blackboard Learn i Google Meet. Wsparcie dla wykładowców zapewnia Centrum Nowoczesnej Edukacji (CNE), które organizuje szkolenia dotyczące obsługi narzędzi e-learningowych i metodyki nauczania zdalnego. Od roku akademickiego 2024/2025 każdy nauczyciel jest zobowiązany do ukończenia kursu z zakresu metodyki kształcenia zdalnego. Dla studentów przewidziano wsparcie techniczne i merytoryczne, obejmujące między innymi tydzień integracyjny, podczas którego szczegółowo omawiane są funkcje platformy e-learningowej.

Efekty uczenia się dla studiów pierwszego stopnia są zasadniczo zgodne z koncepcją i celami kształcenia oraz z profilem praktycznym. Przy czym efekty kierunkowe z obszaru wiedzy są sformułowane w sposób bardzo ogólny i przez to niespecyficzny dla konkretnej koncepcji kształcenia, stanowiąc ogólne sformułowania mogące charakteryzować każdy kierunek studiów związany z dziennikarstwem i/lub komunikacją społeczną. Na przykład, w efekcie kierunkowym MI\_W\_01 (omawia rolę człowieka w życiu społecznym, charakteryzuje prawne, ekonomiczne i kulturowe uwarunkowania życia społeczno-politycznego, ze szczególnym uwzględnieniem kultury współczesnej i społeczeństwa informacyjnego) lub w efekcie MI\_W\_15 (przedstawia wiedzę związaną z metodami zarządzania działalnością i rozwojem organizacji gospodarczych) ze względu na zbyt szerokie określenie zakresu, można się spodziewać wiedzy, wystarczającej na program całych studiów. Ich konkretyzacja następuje w efektach z obszaru umiejętności oraz kompetencji społecznych. Ponadto efekt MI\_W\_06 (definiuje podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i wybranych aspektów prawa, w szczególności tych dotyczących działań w przestrzeni internetowej) nie jest w pełni zgodny z 6. i 7. Poziomem Polskiej Ramy Kwalifikacji, gdyż w jego opisie pominięto określenie właściwego dla tego poziomu zakresu i głębi wiedzy, stosując określenie nawiązujące do podstawowego zakresu wiedzy. Rekomenduje się pogłębioną dyskusję w gremiach decyzyjnych Uczelni nad brzmieniem efektów kierunkowych z obszaru wiedzy dla studiów pierwszego stopnia, aby w efekcie doprowadzić do przeformułowania wybranych z nich.

Na poziomie poszczególnych zajęć efekty do nich przypisane są specyficzne, wskazują na konkretne obszary poruszanych tematów i kształtowanych umiejętności, przypisanych do poszczególnych zajęć, gdzie szczegółowo określa się ich przedmiot oraz wskazuje na konkretne umiejętności praktyczne.

Umożliwiają one zatem ich osiągnięcie w czasie zakładanym na kształcenie i przy zakładanym przeciętnym nakładzie pracy studenta.

Efekty uczenia się dla studiów drugiego stopnia są zgodne z koncepcją i celami kształcenia oraz profilem praktycznym.

W efektach uczenia się uwzględniono również znajomość języka obcego, z odniesieniem w wykazie do właściwego wymaganego poziomu biegłości językowej.

**Zalecenia dotyczące kryterium 1 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

**Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 1<sup>10</sup>**

Kryterium spełnione

**Uzasadnienie**

Koncepcja i cele kształcenia są zgodne z misją i strategią Uczelni oraz wpisują się we wskazane dyscypliny naukowe: nauki o komunikacji społecznej i mediach, nauki o zarządzaniu i jakości – dla studiów I stopnia oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach, nauki o zarządzaniu i jakości, ekonomia i finanse – dla studiów II stopnia. Zostały też opracowane i są modyfikowane w porozumieniu z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Uwzględniono również uwarunkowania związane z kształceniem zdalnym. Efekty uczenia się są zgodne z koncepcją i celami kształcenia oraz z profilem praktycznym.

**Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

**Rekomendacje**

Rekomenduje się korektę (w warstwie logicznej i semantycznej) sformułowania części efektów kierunkowych z obszaru wiedzy dla studiów pierwszego stopnia, aby w efekcie ich brzmienie nie pozostawiało pola do domysłów lub swobodnej interpretacji.

**Zalecenia**

Nie dotyczy.

---

<sup>10</sup>W przypadku gdy propozycje oceny dla poszczególnych poziomów studiów różnią się, należy wpisać propozycję oceny dla każdego poziomu odrębnie.

## **Kryterium 2. Realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się**

### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 2**

Treści programowe zarówno na studiach pierwszego, jaki drugiego stopnia są skorelowane z kierunkowymi i przedmiotowymi efektami uczenia się. Uwzględniają wiedzę i jej zastosowanie w obszarze dwóch dyscyplin, do których przypisany jest kierunek na studiach pierwszego stopnia, tj. nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości oraz trzech dyscyplin, do których przypisany jest kierunek na studiach drugiego stopnia, tj. dwóch wcześniej wymienionych oraz ekonomii i finansów. Program studiów na kierunku marketing internetowy jest ściśle powiązany z potrzebami współczesnego rynku pracy oraz przemianami w obszarze technologii. Program obejmuje sekwencje przedmiotów, z których część ma charakter ogólny (np. na studiach pierwszego stopnia są to: *marketing i techniki sprzedaży, kreowanie marki i wizerunku, zarządzanie projektami internetowymi*). Przedmioty te w dalszej części studiów uzupełniane są zajęciami, kształtującymi konkretne umiejętności praktyczne, np.: *realizacja projektów audiowizualnych i podstawy preprodukcji i postprodukcji*, jako przykład rozwijania treści na poziomie warsztatowym. Przedmioty te tworzą zatem sekwencje następujących po sobie zajęć, z których pierwsze dają podstawy teoretyczne, a kolejne zapewniają uzyskanie określonych kompetencji do wykorzystania wiedzy w praktyce. Mają one charakter warsztatowy. Innym przykładem na poziomie studiów pierwszego stopnia mogą być zagadnienia związane z tworzeniem zoptymalizowanych treści. Są one omawiane podczas kursu Content marketing w Internecie. Studenci pozyskują wiedzę, która pozwala im przywoływać schematy tworzenia treści na potrzeby Content marketingu, a także projektować komunikaty na potrzeby wybranych mediów społecznościowych, dostosowując treść do specyfiki wybranej grupy docelowej. Tworzone treści wykorzystywane są m.in. do optymalizacji profili społecznościowych, o czym więcej studenci dowiadują się podczas kursu o tej samej nazwie - Optymalizacja profili społecznościowych. Dzięki realizacji zajęć o tej tematyce studenci nabywają umiejętności pozwalające im wyjaśniać metody prowadzenia działań optymalizacyjnych w social mediach, przedstawiać strategie marketingowe dla wybranych kanałów w mediach społecznościowych oraz analizować profile w mediach społecznościowych za pomocą wybranych narzędzi social media managera. Treści te poprzedzone są kursami wprowadzającymi, np. *podstawami marketingu i planowania kampanii marketingowych*. Podobnie na studiach drugiego stopnia treści kształcenia obejmują m.in. wiedzę z zakresu programowania, co pozwala korzystać z odpowiedniego oprogramowania m.in. w celu publikowania treści i docierania do odbiorców. Zagadnienia związane z projektowaniem w mediach realizowane są na kursach: *komercyjny i społeczny projekt medialny oraz projektowanie komunikacji w mediach*.

Istotną część programu studiów pierwszego (w mniejszym stopniu drugiego) stopnia zajmują moduły do wyboru, które pozostają w pełni spójne z kierunkiem kształcenia i nie mają charakteru przypadkowo dobranych zajęć. Przykładowo, w ramach modułów student studiów pierwszego stopnia może wybrać następujące zajęcia: *podcast – nagrywanie i realizacja, YouTube marketing, strategie marketingowe, Internal PR* i inne. Tak skonstruowany plan zapewnia elastyczność w doborze treści pozwalającą aktywnie i szybko reagować na zmiany rynkowe. Program obejmuje nadto zajęcia wspierające studentów, takie jak np. *tutoring osobisty i tutoring grupowy* na studiach pierwszego stopnia. Na studiach drugiego stopnia treści są powiązane z dwoma, trafnie dobranymi specjalnościami: *e-commerce manager* oraz *dziennikarstwo internetowe*. Analiza treści

programowych dowodzi, że są one kompleksowe i specyficzne dla zajęć tworzących program studiów i zapewniają osiągnięcie zamierzonych efektów uczenia się.

Czas trwania studiów, tj. 6 semestrów na studiach licencjackich i 4 semestry na studiach magisterskich oraz odpowiednio 196 dla studiów I stopnia i 148 punktów ECTS dla studiów II stopnia określone są prawidłowo.

Podobnie poprawnie określono sekwencje zajęć w poszczególnych modułach, w szczególności zaś (przy uwzględnieniu praktycznego profilu studiów na obu stopniach) w module zajęć kształtującym umiejętności praktyczne i module praktyk. Plan studiów umożliwia wybór zajęć, którym przypisano nie mniej niż 30%. Na studiach I stopnia w ramach zajęć do wyboru studenci uzyskują 91 ECTS (jednakowo na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych), na studiach II stopnia 80 ECTS (na studiach niestacjonarnych). Liczba godzin wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów zapewnia osiągnięcie efektów uczenia się. Na studiach pierwszego stopnia wynosi 112,2 ECTS - studia stacjonarne i 109,8 ECTS – studia niestacjonarnych. Na studiach II stopnia stacjonarnych niestacjonarnych – 80 ECTS. Dla studiów II stopnia nie określono jej, ale porównując treści realizowane na studiach niestacjonarnych z tymi na studiach stacjonarnych nasuwa się wniosek, że są na zbliżonym poziomie. Podobna sytuacja ma miejsce przy określeniu liczby ECTS w ramach zajęć do wyboru na studiach stacjonarnych II stopnia. W obu przypadkach rekomenduje się uzupełnienie tej informacji w dokumentacji. Liczba punktów ECTS przewidziana dla treści z obszaru nauk humanistycznych określona jest zgodnie z wymaganiami.

W zakresie realizacji lektoratów Uczelnia w stały sposób współpracuje ze szkołą językową ProfiLingua. Studenci studiów pierwszego stopnia są zobowiązani do ukończenia nauki na poziomie B2 ESOKJ, co powinno zostać potwierdzone egzaminem językowym. Lektorat prowadzony jest z języka angielskiego lub niemieckiego. Lektorat na studiach pierwszego stopnia trwa trzy semestry. W każdym semestrze student realizuje 30 godzin, z czego 10 w e-learningu. Osobom wykazującym na teście poziomującym poziom B2+ i C1 Uczelnia zapewnia realizację lektoratu na poziomie odpowiednim do ich umiejętności. Wszyscy studenci, którzy zaliczą lektorat, otrzymują certyfikat SJO ProfiLingua z informacją o uczestnictwie w kursie oraz uzyskanej ocenie. Na studiach II stopnia zajęcia językowe obejmują jeden semestr na poziomie B2+ ESOKJ.

Zajęcia prowadzone są stacjonarnie z szerokim wykorzystaniem infrastruktury, którą dysponuje Uczelnia. Na studiach niestacjonarnych online prowadzone są wykłady. Ich wymiar jest zgodny z przepisami. Forma online nie odnosi się do zajęć warsztatowych.

Na kierunku marketing internetowy wykorzystywane są różnorodne i specyficzne metody dydaktyczne, w tym: metody podające wiedzę (wykłady, prezentacje multimedialne, opisy wyjaśniające, tutoriale), metody problemowe (dyskusje moderowane, uczenie problemowe, „burza mózgów”, praca indywidualna i grupowa, analiza przypadków), metody eksponujące (wystąpienia i prezentacje studentów oceniane przez prowadzącego oraz grupę) oraz metody praktyczne (ćwiczenia w pracowniach warsztatowych, rozwiązywanie problemów praktycznych, realizacja projektów indywidualnych i grupowych). Typowymi metodami kształcenia, stosowanymi na zajęciach aktywizujących, są metody oparte na: *action learning i learning by doing*, w tym z samodzielnym lub wspieranym rozwiązywaniem problemów, metody oparte na analizie case study i pytaniach problemowych, metody praktycznej realizacji zajęć zgodnie ze wskazówkami, aktywizujące metody pracy zespołowej: burza mózgów, metody projektowe. Często praktyką jest także stosowanie metod opartych na współpracy (*collaborative learning*). Polegają one na wspólnej pracy studentów w celu

osiągnięcia określonych celów edukacyjnych. Współpraca odbywa się w małych grupach, gdzie studenci dzielą się wiedzą i umiejętnościami, a także rozwiązują wspólnie problemy. Metody kształcenia są zorientowane na studentów, motywując ich do aktywnego udziału w procesie nauczania i uczenia się oraz umożliwiają studentom osiągnięcie efektów uczenia się, w tym w szczególności umożliwiają przygotowanie do działalności zawodowej w obszarach zawodowego rynku pracy właściwych dla kierunku. Dobór metod dydaktycznych uwzględnia najnowsze osiągnięcia dydaktyki. Stosowane metody zapewniają właściwe wykorzystanie narzędzi zapewniających osiągnięcie efektów uczenia. Tytułem przykładu, podczas hospitowanych zajęć na kursie *podcast – od pomysłu do realizacji*, studenci otrzymali konkretne zadanie dydaktyczne do przygotowania w czasie zajęć.

Zarówno analiza kart przedmiotu jak i przeprowadzone hospitacje zajęć wskazują na to, że uwzględniają one najnowsze osiągnięcia dydaktyki. Dotyczy to także zajęć w obszarze kształcenia językowego (lektoraty). W szczególności sprzęt komputerowy oraz pracownie, np. fotograficzna, pozwalają na w pełni profesjonalne kształcenie praktyczne. Dobór metod nauczania uwzględnia praktyczny wymiar zadań realizowanych na kierunku, jakim jest marketing internetowy. Metody kształcenia na odległość są stosowane jedynie pomocniczo i dotyczą wykładów prowadzonych na studiach niestacjonarnych. Nie dotyczy to pozostałych form zajęć, w szczególności tych o charakterze warsztatowym.

Uczelnia udziela studentom wsparcia edukacyjnego poprzez realizowany program tutoringu akademickiego, a także inne udzielane formy wsparcia, w szczególności dla osób z niepełnosprawnościami.

Na kierunku marketing internetowy realizowane są obowiązkowe praktyki studenckie, które stanowią integralną część programu studiów na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia.

Na studiach pierwszego stopnia moduł praktyk składa się z następujących zajęć: wprowadzenie do praktyk (II semestr, 25 godzin dydaktycznych, 1 ECTS), portfolio zawodowe (IV semestr, 50 godzin dydaktycznych, 2 ECTS), marka osobista (VI semestr, 25 godzin dydaktycznych, 1 ECTS) oraz praktyki zawodowe (VI semestr, 930 godzin dydaktycznych, 31 ECTS). Realizacja praktyki zawodowej w cyklu kształcenia 2024-2027 pozwala na osiągnięcie 6 efektów uczenia się w zakresie wiedzy (odnoszących się do 11 efektów kierunkowych), 6 efektów w zakresie umiejętności (odnoszących się do 16 efektów kierunkowych) oraz 4 efektów w zakresie kompetencji społecznych (odnoszących się do 9 efektów kierunkowych). Analiza stanu faktycznego wskazuje, że łącznie moduł praktyk trwa 960 godzin dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów.

Na studiach drugiego stopnia moduł praktyk składa się z następujących zajęć: wprowadzenie do praktyk (II semestr, 25 godzin dydaktycznych, 1 ECTS), symulacje praktyczne przygotowujące do zawodu (II semestr, 50 godzin dydaktycznych, 2 ECTS) oraz praktyki zawodowe (IV semestr, 450 godzin dydaktycznych, 15 ECTS). Realizacja praktyki zawodowej w cyklu kształcenia 2024-2027 pozwala na osiągnięcie 5 efektów uczenia się w zakresie wiedzy (odnoszących się do 11 efektów kierunkowych), 7 efektów w zakresie umiejętności (odnoszących się do 16 efektów kierunkowych) oraz 5 efektów w zakresie kompetencji społecznych (odnoszących się do 9 efektów kierunkowych). Analiza stanu faktycznego wskazuje, że łącznie moduł praktyk trwa 480 godzin dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów. W zdecydowanej większości efekty uczenia się na studiach pierwszego i drugiego stopnia pokrywają się oraz nie jest

zauważalna gradacja stopnia zaawansowania i pogłębienia. Rekomenduje się większe zróżnicowanie efektów uczenia się dla poziomu studiów pierwszego i drugiego stopnia.

Umieszczenie praktyk w ostatnim semestrze umożliwia studentom ich prawidłową realizację. Program praktyk pozwala na osiągnięcie założonych dla praktyk efektów uczenia się.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że istnieją trzy warianty realizacji praktyk:

- samodzielna organizacja praktyki - student we własnym zakresie znajduje miejsce realizacji praktyk zgodnie z programem i potwierdza bezpośrednio z praktykodawcą możliwość odbycia praktyk;
- wsparcie Uczelni przy organizacji praktyk - student udaje się do Centrum Kariery i Przedsiębiorczości, które ma za zadanie wesprzeć go przy aplikowaniu do firm, w których mógłby realizować praktyki;
- uznanie doświadczenia zawodowego - student wnioskuje do koordynatora o uznanie doświadczenia zawodowego na podstawie zatrudnienia, stażu, własnej działalności gospodarczej bądź innej aktywności.

Osiągnięcie efektów uczenia się weryfikowane jest poprzez analizę dokumentacji prowadzonej przez studenta w trakcie praktyk: dziennika praktyk oraz portfolio dokumentującego realizację zadań. Dodatkowo opiekun praktyk sporządza opinię, która zawiera ocenę działań studenta. W przypadku praktyk realizowanych przez uznanie doświadczenia zawodowego jest to opinia przełożonego (dodawana do podania jako załącznik), a w przypadku pozostałych wariantów praktyk opinia zawarta jest w dzienniku praktyk. Koordynator ds. praktyk na Uczelni przeprowadza rozmowę podsumowującą ze studentem, oceniając zrealizowaną praktykę. Podstawą zaliczenia jest potwierdzenie osiągnięcia założonych efektów uczenia się. W tym celu koordynator w trakcie rozmowy podsumowującej praktyki ze studentem uzupełnia kartę oceny praktyk studenckich, w której wskazuje, czy i kiedy dany efekt uczenia się został osiągnięty. Analiza stanu faktycznego wskazuje jednak, że nie wszystkie efekty uczenia się przypisane praktykom zostają osiągnięte, co wynika z faktu, że Uczelnia zapewnia co najmniej 3-krotne pokrycie każdego efektu uczenia się.

Zaliczenie praktyk odbywa się bez oceny, aczkolwiek w sylabusie praktyk pojawia się tabela z kryteriami na poszczególne oceny, co może być mylące dla studentów.

Wskazane metody weryfikacji oceny osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się zakładanych dla praktyk są trafnie dobrane i umożliwiają skuteczne sprawdzenie i ocenę stopnia osiągnięcia efektów uczenia się przez studentów.

Studenci realizujący praktykę zawodową mogą liczyć na wsparcie koordynatora praktyk ze strony Uczelni, a do jego zadań należy m.in.: koordynowanie prac związanych z merytoryczną organizacją i przebiegiem praktyki; ustalanie, opracowanie i aktualizacja merytorycznego programu praktyk; analizowanie zakładanych i uzyskanych podczas praktyk efektów uczenia się; informowanie studentów o zasadach organizacji i programie praktyk, w tym o celu, zakresie i warunkach odbywania i zaliczenia praktyk; wyznaczanie terminów dyżurów dla studentów; utrzymywanie kontaktu z pracodawcami przyjmującymi praktykantów; przeprowadzanie hospitacji w wybranych miejscach praktyk.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że kompetencje uczelnianego opiekuna praktyk obejmują wiedzę merytoryczną związaną z regulaminem praktyk i programem praktyk oraz praktyczną

związaną ze specyfiką kierunku. Koordynator ds. praktyk osadzony jest w obszarze, w którym studenci realizują praktyki, co umożliwi weryfikację efektów uczenia się założonych dla praktyki zawodowej na kierunku.

Student w czasie realizacji praktyki ma także przypisanego opiekuna praktyk z ramienia pracodawcy, wyznaczonego przez praktykodawcę. Analiza stanu faktycznego wskazuje, że do zadań opiekuna należy planowanie, monitorowanie pracy studenta oraz zapewnienie, że realizowane zadania odpowiadają wymaganiom programu praktyk. Dodatkowo opiekun udziela wsparcia i przekazuje informacje zwrotne na temat postępów studenta. Opiekun musi być wyznaczony przez praktykodawcę jako osoba odpowiedzialna za nadzór nad studentem oraz za sporządzanie dokumentacji, w tym opinii o przebiegu praktyki. Analiza stanu faktycznego wskazuje, że opiekun powinien posiadać wiedzę i doświadczenie zawodowe w obszarze związanym z kierunkiem studiów oraz zadaniami realizowanymi podczas praktyk. Wymagane jest, aby wspierał studenta w realizacji powierzonych zadań i osiągnięciu efektów uczenia się zgodnych z programem praktyk.

Kompetencje i doświadczenie, a także kwalifikacje opiekunów praktyk, zarówno ze strony Uczelni jak i praktykodawcy umożliwiają prawidłową realizację praktyk.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że regulamin praktyk określa obowiązki praktykodawcy wobec studenta. Określa m.in.: zapewnienie odpowiedniego miejsca realizacji praktyk, dostęp do niezbędnych narzędzi do wykonywania praktyki, kwestie zapoznania z regulaminem pracy i przepisami o bezpieczeństwie i higienie pracy, sprawowanie nadzoru nad właściwym wykonywaniem przez studenta programu praktyk.

Na portalu Wirtualna Uczelnia CDV w zakładce Praktyki studenci mogą znaleźć komplet informacji i dokumentów dotyczących realizacji praktyk zawodowych (regulamin praktyk na kierunku, kontakt do koordynatora praktyk, program praktyk, możliwe warianty realizacji praktyk z odpowiednimi podaniami, dziennik praktyk, wzór portfolio, harmonogram praktyk). Oprócz tego na stronie internetowej przy opisie kierunku dostępna jest lista partnerów kierunku marketing internetowy.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że Uczelnia przeprowadza hospitacje praktyk w formie wywiadu telefonicznego, który jest skuteczny. Koordynator praktyk ma przygotowaną listę pytań, która jest pomocna podczas rozmowy z opiekunem praktyk po stronie praktykodawcy. Podczas rozmowy koordynator weryfikuje, czy student zrealizował powierzone mu zadania, co było jego mocną stroną i co powinien doskonalić w przyszłości. Dodatkowo w ramach hospitacji weryfikowana jest aktualność programu studiów z perspektywy firm przyjmujących studentów na praktyki oraz możliwość nawiązania współpracy w ramach miejsc praktyk dla pozostałych studentów. Weryfikacja miejsca praktyk, jeżeli pojawiają się wątpliwości, następuje przed wyrażeniem zgody na realizację praktyk przez koordynatora praktyk. W tym celu koordynator praktyk kontaktuje się z opiekunem praktyk. Koordynator ma przygotowaną listę pytań, która jest pomocna podczas rozmowy z opiekunem praktyk. Koordynator praktyk po weryfikacji miejsca praktyk wyraża zgodę na realizację praktyk lub nie wyraża zgody na realizację praktyk - w przypadku braku zgody argumentuje decyzję.

Uczelnia zapewnia studentom miejsca realizacji praktyk zawodowych, a aktualna lista liczy 31 podmiotów, z którymi Uczelnia ma podpisane porozumienia o współpracy, w tym o realizowaniu praktyk zawodowych. Przedstawiciele otoczenia społeczno-gospodarczego bardzo chętnie przyjmują studentów kierunku marketing internetowy na takie praktyki.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że lider procesu praktyk (osoba nadzorująca pracę uczelnianych opiekunów praktyk i wspierająca ich procesowo) wraz z koordynatorem praktyk przed rozpoczęciem roku akademickiego dokonują analizy programu praktyk i sylabusów do praktyk zawodowych w celu ewentualnej aktualizacji zawartości.

Zajęcia na studiach stacjonarnych realizowane są w dni powszednie. Blokowanie zajęć dotyczy przedmiotów kształtujących umiejętności praktyczne, czyli warsztatowych. Tego rodzaju działanie zwiększa efektywność nauczania ww. przedmiotów i pozwala na realizację zamierzonych treści w czasie dłuższym niż 2 jednostki dydaktyczne, tj. 2x45 minut. W tym wypadku system blokowy umożliwia pełną realizację zadań projektowych, czy to indywidualnych, czy grupowych. Plan studiów stacjonarnych umożliwia efektywne wykorzystanie czasu przeznaczanego na udział w zajęciach i samodzielne uczenie się oraz odbywanie praktyk poza uczelnią. Podobnie – plan studiów niestacjonarnych, na których zajęcia odbywają się w soboty i niedziele. Uczelnia planuje, aby zjazdy nie odbywały się częściej niż dwa razy w miesiącu. W wyjątkowych sytuacjach może zdarzyć się, że zajęcia realizowane są w ramach trzech zjazdów w miesiącu. Planowany jest także jeden zjazd dodatkowy, na realizację zajęć odwołanych z przyczyn niezależnych od wykładowców.

Czas przeznaczony na sprawdzanie i ocenę efektów uczenia się umożliwia ich weryfikację oraz dostarczenie studentom informacji zwrotnej o uzyskanych efektach, w szczególności o ocenie projektów, kolokwiów, egzaminów.

### **Zalecenia dotyczące kryterium 2 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 2**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Treści programowe zarówno na studiach pierwszego, jaki drugiego stopnia są skorelowane z kierunkowymi i przedmiotowymi efektami uczenia się. Uwzględniają wiedzę i jej zastosowanie w obszarze dwóch dyscyplin do których przypisany jest kierunek na studiach pierwszego stopnia, tj. nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości oraz trzech dyscyplin do których przypisany jest kierunek na studiach drugiego stopnia, tj. dwóch wcześniej wymienionych oraz ekonomii i finansów. Program studiów na kierunku marketing internetowy jest ściśle powiązany z potrzebami współczesnego rynku pracy oraz przemianami w obszarze technologii. Program studiów, zarówno I, jak i II stopnia, obejmuje sekwencje przedmiotów, z których część ma charakter ogólny. Przedmioty te w dalszej części studiów uzupełniane są zajęciami warsztatowymi kształtującymi konkretne umiejętności praktyczne. Istotną część programu studiów I stopnia (w mniejszym stopniu II) zajmują moduły do wyboru, które pozostają w pełni spójne z kierunkiem kształcenia i nie mają charakteru przypadkowo dobranych zajęć. Program obejmuje nadto zajęcia wspierające studentów, takie jak np. *tutoring osobisty* i *tutoring grupowy* na studiach pierwszego stopnia. Na studiach II stopnia treści programowe są powiązane z dwoma, trafnie dobranymi specjalnościami: *e-commerce manager* oraz *dziennikarstwo internetowe*. Analiza treści programowych dowodzi, że są one kompleksowe i specyficzne dla zajęć tworzących program studiów i zapewniają osiągnięcie zamierzonych efektów uczenia się. Czas trwania studiów, tj. 6 semestrów na studiach I stopnia i 4 semestry na studiach II stopnia oraz odpowiednio 196 dla studiów I stopnia



i 148 punktów ECTS dla studiów II stopnia określone są prawidłowo. Podobnie poprawnie określono sekwencje zajęć w poszczególnych modułach, w szczególności zaś (przy uwzględnieniu praktycznego profilu studiów na obu stopniach) w module zajęć kształtującym umiejętności praktyczne i module praktyk. Plan studiów umożliwia wybór zajęć, którym przypisano nie mniej niż 30 procent. Liczba godzin zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów zapewnia osiągnięcie efektów uczenia się.

Studenci studiów pierwszego stopnia są zobowiązani do ukończenia nauki języka obcego na poziomie B2 ESOKJ, co powinno zostać potwierdzone egzaminem językowym. Lektorat prowadzony jest z języka angielskiego lub niemieckiego. Lektorat na studiach pierwszego stopnia trwa trzy semestry. Na studiach II stopnia zajęcia językowe obejmują jeden semestr.

Zajęcia prowadzone są głównie stacjonarnie. Na studiach niestacjonarnych online prowadzone są wykłady. Ich wymiar jest zgodny z przepisami. Forma online nie odnosi się do zajęć warsztatowych. Współpraca studentów odbywa się w małych grupach, gdzie studenci dzielą się wiedzą i umiejętnościami, a także rozwiązują wspólnie problemy. Metody kształcenia są zorientowane na studentów motywując ich do aktywnego udziału w procesie nauczania i uczenia się oraz umożliwiają studentom osiągnięcie efektów uczenia się, w tym w szczególności umożliwiają przygotowanie do działalności zawodowej w obszarach zawodowego rynku pracy właściwych dla kierunku. Dobór metod dydaktycznych uwzględnia najnowsze osiągnięcia dydaktyki. Stosowane metody zapewniają właściwe wykorzystanie narzędzi zapewniających osiągnięcie efektów uczenia. W szczególności sprzęt komputerowy oraz pracownie, np. fotograficzna, pozwalają na w pełni profesjonalne kształcenie praktyczne. Dobór metod nauczania uwzględnia praktyczny wymiar zadań realizowanych na kierunku, jakim jest marketing internetowy. Metody kształcenia na odległość są stosowane jedynie pomocniczo i dotyczą wykładów prowadzonych na studiach niestacjonarnych. Nie dotyczy to pozostałych form zajęć, w szczególności tych o charakterze warsztatowym. Uczelnia udziela studentom wsparcia edukacyjnego poprzez realizowany program tutoringu akademickiego, a także inne udzielane formy wsparcia, w szczególności dla osób z niepełnosprawnościami.

Efekty uczenia się zakładane dla praktyk są zgodne z efektami uczenia się przypisanymi do pozostałych zajęć. Liczba godzin praktyk, treści programowe określone dla praktyki zawodowej i ich wymiar, a także umiejscowienie w planie studiów zapewniają osiągnięcie przez studentów określonych efektów uczenia się. Zaproponowane metody weryfikacji i oceny osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się dla praktyk zawodowych, a także sposób ich dokumentowania umożliwiają skuteczne sprawdzenie i ocenę stopnia osiągnięcia efektów uczenia się przez studentów. Ocena osiągnięcia efektów uczenia się dokonywana przez uczelnianego opiekuna praktyk ma charakter kompleksowy i odnosi się do każdego z zakładanych efektów uczenia się. Kompetencje i doświadczenie oraz kwalifikacje opiekunów praktyk oraz ich liczba umożliwiają prawidłową realizację praktyk.

Infrastruktura i wyposażenie miejsc odbywania praktyk są zgodne z potrzebami procesu nauczania i uczenia się i umożliwiają osiągnięcie przez studentów efektów uczenia się oraz prawidłową realizację praktyk. Organizacja praktyk i nadzór nad ich realizacją odbywa się w oparciu o formalnie przyjęte i opublikowane zasady. Uczelnia zapewnia studentom miejsca odbywania praktyk zawodowych, a w przypadku samodzielnego wskazania miejsca odbywania praktyki przez studenta odbywa się to w oparciu o jasno określone kryteria. Przeglądu praktyk dokonują lider procesu praktyk wraz z koordynatorem praktyk przed rozpoczęciem roku akademickiego.

Zajęcia na studiach stacjonarnych realizowane są w dni powszednie. Plan studiów stacjonarnych umożliwia efektywne wykorzystanie czasu przeznaczanego na udział w zajęciach i samodzielne uczenie się oraz odbywanie praktyk poza Uczelnią. Podobnie – plan studiów niestacjonarnych, na których zajęcia odbywają się w soboty i niedziele. Uczelnia planuje, aby zjazdy nie odbywały się częściej niż dwa razy w miesiącu. Czas przeznaczony na sprawdzanie i ocenę efektów uczenia się umożliwia ich weryfikację oraz dostarczenie studentom informacji zwrotnej o uzyskanych efektach, w szczególności o ocenie projektów, kolokwium, egzaminów.

### **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Brak

### **Rekomendacje**

1. Rekomenduje się uzupełnienie w dokumentacji informacji o liczbie godzin i punktów ECTS przypisanych do studiów stacjonarnych II stopnia, wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów oraz zajęć do wyboru.
2. Rekomenduje się wprowadzenie zmian w kartach przedmiotu *praktyka zawodowa*, aby informacja o kryteriach zaliczenia była zrozumiała dla studentów i zgodna ze stanem faktycznym (zaliczenie nie jest na ocenę).
3. Rekomenduje się większe zróżnicowanie efektów uczenia się dla poziomu studiów pierwszego i drugiego stopnia.
4. Rekomenduje się, aby studenci w czasie realizacji praktyki zawodowej mieli możliwość osiągnięcia wszystkich efektów uczenia się przypisanych praktykom.

### **Kryterium 3. Przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie**

#### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 3**

Zasady rekrutacji na studia dostępne są dla kandydatów na stronie internetowej Collegium Da Vinci oraz na stronie internetowej Uczelni w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP)5 i odwołują się do zapisów Statutu Collegium Da Vinci, Regulaminu Studiów, zarządzenia Rektora w sprawie szczegółowych zasad postępowania rekrutacyjnego w Collegium Da Vinci (przyjmowanego corocznie), Uchwały Senatu CDV ws. przyjęcia warunków, trybu oraz terminu rozpoczęcia zakończenia rekrutacji na studia dyplomowe w Collegium Da Vinci (przyjmowanej corocznie), a także do Wewnętrznego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia. Stosowne wewnętrzne akty normatywne zostały opublikowane i są dostępne na stronie internetowej CDV a także w BIP.

Kandydaci składają komplet wymaganych dokumentów i uiszczają opłatę wpisową. O przyjęcie na studia pierwszego stopnia mogą ubiegać się kandydaci posiadający zdany egzamin maturalny (świadectwo dojrzałości). Przyjęcie na studia następuje na podstawie listy rankingowej (Zarządzenie Rektora nr 3/2023 z dn. 12.01.2023 r. w sprawie wprowadzenia szczegółowych zasad postępowania rekrutacyjnego na studia w Collegium Da Vinci w roku akademickim 2023/2024 – do wglądu podczas wizytacji). Na studia przyjmowani są kandydaci, którzy uzyskali najwyższe wyniki w postępowaniu

rekrutacyjnym, powyżej minimalnego progu punktowego w postępowaniu rekrutacyjnym w ramach limitu miejsc dla określonego kierunku studiów.

Natomiast o przyjęcie na studia drugiego stopnia mogą ubiegać się kandydaci posiadający dyplom licencjata, magistra lub równorzędny. Przyjęcie na studia następuje na podstawie listy rankingowej. Na studia przyjmowani są kandydaci, którzy uzyskali najwyższe wyniki w postępowaniu rekrutacyjnym, powyżej minimalnego progu punktowego w postępowaniu rekrutacyjnym w ramach limitu miejsc dla określonego kierunku studiów. W przypadku kandydatów-cudzoziemców zarówno dla studiów pierwszego jak i drugiego stopnia wymagana jest znajomość języka polskiego na poziomie min. B1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.

Znajomość języka weryfikowana jest poprzez udział w egzaminie weryfikującym, (o którym mowa w § 6 ust. 6 a Uchwały Rekrutacyjnej) lub spełnienie jednego z wymogów potwierdzających znajomość języka polskiego zgodnie z § 6 ust. 6 b – g, Uchwały Rekrutacyjnej nr 2/2023 z dn. 26.06.2023 r.

W przedstawionych przez Uczelnię dokumentach brak jest informacji o wymaganych kompetencjach kandydata związanych z uczeniem się na odległość, a także posiadaniem przez niego właściwego sprzętu umożliwiającego ten rodzaj nauki. Nie ujęto też informacji o wsparciu oferowanym przez Jednostkę w zakresie dostępu do sprzętu niezbędnego w procesie kształcenia. Rekomenduje się ujęcie ww. informacji w procedurze rekrutacyjnej.

W sposób właściwy Uczelnia zadbała o zabezpieczenie w procesie rekrutacji osób ze szczególnymi potrzebami poprzez udzielenie wsparcia przez Specjalistę ds. Dostępności.

Wskazane wyżej zasady są znane potencjalnie kandydującym przed rozpoczęciem procesu rekrutacji. Spełniają więc warunek transparentności i przejrzystości.

Uznawanie efektów uczenia się odbywa się zgodnie z przepisami ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz.U. z 2024 r. poz. 1571) oraz Regulaminem studiów Collegium Da Vinci. Proces ten opiera się na dokumentacji dostarczonej przez studenta, zawierającej efekty uczenia się oraz treści kształcenia przedstawione w sylabusach z ukończonych zajęć, suplementach dyplomów oraz potwierdzeniach stopnia osiągnięcia efektów uczenia się. Dokumentacja może uwzględniać oceny wyrażone w sposób skwantyfikowany lub opisowy (w przypadku uczelni zagranicznych). W przypadku studentów uczelni zagranicznych stosuje się przeliczniki ocen na skalę ECTS. Decyzję o zaliczeniu modułu kształcenia podejmuje Zastępca Dziekana na wniosek studenta złożony najpóźniej w pierwszym miesiącu od przyjęcia na uczelnię. W przypadku przyjęcia na wyższy semestr wniosek wraz z dokumentacją należy złożyć w momencie ubiegania się o przyjęcie na studia. Decyzja o zaliczeniu modułu opiera się na przedstawionym wykazie uzyskanych efektów uczenia się oraz odpowiadających im punktów ECTS zdobytych na innej uczelni. Zaliczenie modułu kształcenia jest możliwe, jeśli zajęcia odbywały się na uczelni funkcjonującej zgodnie z przepisami prawa polskiego. W sytuacjach, gdy zajęcia realizowane były na uczelni zagranicznej, Zastępca Dziekana indywidualnie rozstrzyga o możliwości zaliczenia zajęć i modułów. Wymaga się, aby program modułu kształcenia oraz osiągnięte efekty uczenia się były zgodne zarówno merytorycznie, jak i formalnie z programem studiów oferowanym przez uczelnię.

Szczegółowe zasady potwierdzenia efektów uczenia się zdobytych poza edukacją formalną określone są odpowiednią procedurą określoną w Zarządzeniu Rektora Nr 37/2024 z dn. 24.09.2024 r. w sprawie wprowadzenia zasad potwierdzenia efektów uczenia się uzyskanych w procesie uczenia się

poza systemem studiów. W zarządzeniu określono: podstawy potwierdzenia efektów uczenia się zdobytych poza systemem edukacji, kryteria kwalifikacji osób ubiegających się o takie uznanie, wymagane dokumenty, przebieg procesu potwierdzania efektów uczenia się oraz tryb odwoławczy od decyzji Dziekana w tej sprawie. Zgodnie z powyższym zarządzeniem, potwierdzenie efektów uczenia się uzyskanych poza systemem studiów stanowi proces oceny stopnia opanowania wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych zdobytych w ramach edukacji pozaformalnej i nieformalnej. Proces ten ma na celu zaliczenie określonych modułów zajęć, przypisanie do nich odpowiednich efektów uczenia się oraz przydzielenie liczby punktów ECTS przewidzianych w programie studiów, bez konieczności uczestnictwa w pełnym wymiarze zajęć dydaktycznych określonych w planie studiów. Podstawą potwierdzenia efektów uczenia się uzyskanych poza systemem studiów jest porównanie rzeczywistej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych kandydata do efektów uczenia się wymaganych na danym kierunku, poziomie i profilu studiów w określonym cyklu kształcenia. Jednostką odpowiedzialną za organizację procesu potwierdzania efektów uczenia się jest Wydziałowa Komisja ds. Potwierdzania Efektów Uczenia Się (Zarządzenie Dziekana nr 7/2024 z dn. 24.09.2024 r. w sprawie powołania Wydziałowej Komisji ds. potwierdzania efektów uczenia się – udostępnione do wglądu podczas wizytacji), od której decyzji kandydat może odwołać się do powoływanej każdorazowo przez Rektora Uczelnianej Komisji Odwoławczej ds. potwierdzania efektów uczenia się.

Przygotowany przez Uczelnię proces potwierdzenia efektów uczenia się zdobytych poza edukacją formalną jest zgodny z wymogami stawianymi uczelniom w tym zakresie.

Proces dyplomowania został określony formalnie w następujących dokumentach: Regulamin studiów wprowadzony Uchwałą Senatu Collegium Da Vinci, Zarządzenie Dziekana nr 8/2024 z dn. 26.09.2024 r. w sprawie zasad realizacji prac licencjackich na Wydziale Nauk Stosowanych oraz Zarządzenie Dziekana nr 10/2024 w sprawie zasad realizacji prac magisterskich na Wydziale Nauk Stosowanych z dn. 26.09.2024 r., Zarządzenie Dziekana nr 11/2024 z dn. 26.09.2024 r. w sprawie zakresu egzaminu dyplomowego na kierunku marketing internetowy, Zarządzenie Rektora nr 41/2024 z dn. 30.09.2024 r. w sprawie wprowadzenia Wewnętrznego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia.

Studia pierwszego i drugiego stopnia kończą się złożeniem egzaminu dyplomowego odpowiednio albo licencjackiego, albo magisterskiego. Warunkiem dyplomowania studenta na każdym z poziomów studiów jest uzyskanie efektów uczenia określonych w programie studiów dla ocenianego kierunku. Wymienione dokumenty określają powołanie i skład komisji egzaminacyjnej; przebieg egzaminu dyplomowego oraz oceny pracy magisterskiej i egzaminu dyplomowego, wymogi merytoryczne i formalne stawiane pracom licencjackim i magisterskim; kryteria oceny pracy licencjackiej i magisterskiej. W Uczelni przyjęto obowiązek kontroli antyplagiatowej.

Na poziomie prac licencjackich od roku 2024/2025 realizowane są prace zespołowe, w uzasadnionych przypadkach możliwe jest przygotowanie pracy indywidualnie. Praca licencjacka, realizowana zespołowo (maksymalnie 4 osoby), przyjmuje postać projektu dyplomowego, którego elementy są opisane w wymogach edytorskich. Realizacja prac licencjackich w formie zespołowej była efektem przemyślanego procesu związanego z wymiarem praktycznym studiów i kształtowaniem kompetencji przyszłości, do których należy m. in. praca w zespole. Program studiów ocenianego kierunku I stopnia zakłada realizację proseminarium (IV semestr) oraz dwóch modułów seminaryjnych (jeden w V i jeden w VI semestrze). Z kolei proces dyplomowania na studiach II stopnia marketingu

internetowego rozłożony został na trzy semestry, w których zaplanowano obowiązkowe dla studentów seminaria magisterskie. W trakcie tworzenia pracy licencjackiej i magisterskiej student osiąga założone w procesie dyplomowania efekty uczenia, wśród których znajdują się takie, które bezpośrednio wpływają na praktyczne przygotowanie studenta-absolwenta do funkcjonowania zawodowego. Aby zostać dopuszczonym do przystąpienia do egzaminu dyplomowego student musi spełnić następujące warunki: zrealizować program studiów – uzyskać wymagane zaliczenia i złożyć wymagane egzaminy, odbyć przewidziane w programie studiów praktyki i uzyskać odpowiednią liczbę punktów ECTS określoną w programie studiów; przygotować pracę dyplomową zgodną z wymaganiami określonymi w programie studiów, która została przyjęta przez nauczyciela akademickiego, kierującego pracą dyplomową i została złożona w Dziekanacie; uregulować należne opłaty zgodne z Regulaminem Opłat.

Egzamin dyplomowy zarówno na studiach pierwszego jak i drugiego stopnia odbywa się przed komisją powołaną przez dziekana, w skład której wchodzi: przewodniczący, kierujący pracą dyplomową, recenzent pracy dyplomowej. Egzamin dyplomowy jest egzaminem ustnym. Zarządzenie Dziekana nr 11 określa zakres egzaminu dyplomowego, który obejmuje zagadnienia związane z obszarami zrealizowanej pracy dyplomowej. Dyplomant w trakcie jego trwania prezentuje projekt dyplomowy oraz odpowiada na 3 pytania: 1 pytanie promotora dot. projektu dyplomowego oraz 2 pytania od recenzenta dot. projektu dyplomowego. Tak określone warunki egzaminu dyplomowego nie dają gwarancji końcowej weryfikacji efektów uczenia się z zakresu studiowanego kierunku i specjalności. Komisja przeprowadzając egzamin dyplomowy powinna weryfikować indywidualne efekty uczenia się uzyskane przez studenta przystępującego do egzaminu dyplomowego w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych odpowiadających kierunkowi i poziomowi studiów. Ponadto brak jest jednoznacznego kryterium wyboru składu komisji egzaminacyjnej odnoszącego się do reprezentowania przez poszczególnych jej członków każdej z dyscyplin przypisanych do ocenianego kierunku. Rekomenduje się przepracowanie przez władze uczelni elementów procesu dyplomowania, które dot. powyższych wątpliwości.

Należy podkreślić, iż Uczelnia kładzie duży nacisk na fakt, iż proces dyplomowania na studiach I i II stopnia marketingu internetowego ma być odpowiedzią na potrzeby rynku pracy i zastosowania wiedzy i umiejętności oraz kompetencji w pracy zawodowej. Opiekunowie prac dbają, aby prace dyplomowe miały nie tylko wysoki poziom naukowy, ale także charakteryzowały się aplikacyjnością. Potwierdzają to nagrody zdobywane przez dyplomantów w konkursach na najlepszą pracę dyplomową zakresu marketingu, handlu i konsumpcji ogłaszane przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu. Kolejnym potwierdzeniem dobrej jakości prac dyplomowych są wyniki kontroli 8 prac dyplomowych wybranych losowo przez zespół oceniający. Potwierdzają one nabycie przez studentów efektów uczenia się na poziomie 6. i 7. PRK. Ich tematyka jest związana z zakresem dyscyplin do których przyporządkowany jest oceniany kierunek. W pracach wykorzystywana była literatura z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o zarządzaniu i jakości. Prace charakteryzuje wykorzystanie metod badawczych właściwych dyscyplinom do których przyporządkowany jest oceniany kierunek oraz posiadają założenia metodologiczne. Dyplomanci wykazali się w ocenianych pracach umiejętnością samodzielnego analizowania i wnioskowania. Należy zwrócić uwagę, iż w 3 na 4 skontrolowanych pracach magisterskich ani opiekun pracy, ani jej recenzent nie jest samodzielnym pracownikiem naukowym. Oceny prac dyplomowych wystawione zarówno przez opiekunów, jak i recenzentów zostały wystawione w sposób poprawny, z wystarczającym uzasadnieniem.

Rekomenduje się uwzględnienie przez władze uczelni praktyki powierzania obowiązków opiekuna i/lub recenzenta pracy magisterskiej samodzielnemu pracownikowi naukowemu.

Przyjęte przez Uczelnię zasady i procedury dyplomowania, z wyjątkiem wyżej przedstawionych wątpliwości, są odpowiednie dla ocenianego kierunku i profilu praktycznego.

Zgodnie z przyjętymi przez uczelnię zasadami weryfikowanie i dokumentowanie osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się na kierunku marketing internetowy dotyczy studiów pierwszego i drugiego stopnia prowadzonych w trybach stacjonarnym i niestacjonarnym oraz obejmują wszystkich wykładowców prowadzących zajęcia dydaktyczne bez względu na ich metodę i formę. Weryfikacja efektów uczenia się obejmuje efekty uczenia się w odniesieniu do wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.

Ogólne zasady sprawdzania i oceniania efektów uczenia się nabywanych przez studentów przyjęte w Uczelni pozwalają na równe traktowanie studentów. Dają też możliwość dopasowania metod weryfikacji efektów uczenia się do potrzeb procesu uczenia się, ale też dopasowania do szczególnych potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Przyjęte zasady nie faworyzują nikogo, opierają się na weryfikacji osiągniętych efektów a nie na ocenie szczególnych cech studenta. Zasady te są znane studentom przed rozpoczęciem procesu kształcenia. Regulamin studiów (§30) przewiduje, że w sytuacji, gdy student, który ma zastrzeżenia do obiektywizmu otrzymanej negatywnej oceny lub dostrzeża błędy i uchybienia w czasie egzaminu poprawkowego, może wnieść o komisyjne sprawdzenie jego wiedzy i umiejętności. Zapis ten określa podstawowe zasady postępowania w sytuacjach konfliktowych związanych z weryfikacją efektów uczenia się.

Efekty uczenia się zakładane dla zajęć określonych w programie studiów i kryteria oraz formy ich weryfikacji określają prowadzący zajęcia którzy opisali je w sylabusach zajęć. Potwierdzają to dostarczone przez uczelnię materiały zawierające karty przedmiotu. Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się w zakresie kształcenia językowego są poprawnie dobrane i opisane w programie studiów.

Uczelnia deklaruje, iż program studiów zakłada stosowanie różnych metod, które umożliwiają Studentowi osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się, w tym w szczególności umożliwiają przygotowanie do działalności zawodowej w obszarach zawodowego rynku pracy właściwych dla kierunku. Są to: wykład konwencjonalny, wykład problemowy, dyskusja dydaktyczna, praca z materiałem dydaktycznym, studium przypadku, burza mózgów, gry dydaktyczne, metoda symulacji, metoda projektu, zadania dydaktyczne, metoda pokazu, udział w wydarzeniu, konsultacja z korektą pracy/projektu. Hospitacje wybranych zajęć potwierdziły stosowanie różnych metod dydaktycznych oraz ich wzbogacanie o wykorzystanie dodatkowych materiałów dydaktycznych.

Do zaliczenia przedmiotów, które nie kończą się egzaminem, podstawą zaliczenia może być praca pisemna (np. test, projekt, referat itp.), zaliczenie ustne lub inna metoda weryfikacji odpowiednia do zakładanych efektów uczenia się. Do najczęściej stosowanych metod weryfikacji osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się zalicza się między innymi: projekty indywidualne i zespołowe; rozwiązywanie zadań problemowych; raporty indywidualne i grupowe; kolokwium; prezentacje multimedialne prowadzone i przygotowywane indywidualnie lub grupowo; prezentacje wyników przeprowadzonych badań; zadania wykonywane w grupie, zarówno w trakcie zajęć z nauczycielem akademickim, jak w trakcie czasu przeznaczanego na pracę własną studenta; samoocena dokonywana przez studentów osiągnięcia przez nich zakładanych efektów uczenia się; analiza przypadków, case study; realizacja projektów z partnerem biznesowym; ocena pracy i zaangażowania

studenta w trakcie praktyk; aktywność. Poza wyżej wymienionymi metodami weryfikacji efektów uczenia się występuje egzamin, który może być realizowany w formie pisemnej lub ustnej. Przy czym egzamin ustny wymaga od prowadzącego przygotowania podsumowania pisemnego i listy pytań zadawanych studentom. Możliwe jest także przeprowadzenie egzaminu o charakterze praktycznym lub w formie testu. W ramach niniejszej metody weryfikowane są głównie efekty wiedzowe określone dla danego modułu.

Takie kompleksowe podejście zapewnia, że wynik weryfikacji jest odzwierciedleniem rzeczywistej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych studentów. Dodatkowo Zespół Metodyczny Collegium Da Vinci sporządził wytyczne, według których wykładowcy na pierwszych zajęciach informują studentów o szczegółowych warunkach zaliczenia i zaplanowanych metodach weryfikacji efektów uczenia się oraz ich stopniu. Ponadto Zespół Metodyczny przygotowuje i przeprowadza szkolenia z zakresu tworzenia i przekazywania informacji zwrotnych w trakcie trwania procesu dydaktycznego. Udzielanie informacji zwrotnej przez prowadzących jest elementem praktycznego modelu realizacji zajęć.

Konkludując to zagadnienie należy stwierdzić, iż w programie studiów zostały określone metody weryfikacji tj. celowo określone i systematycznie stosowane sposoby sprawdzania efektów uczenia się nabywanych przez studentów stosowane przez nauczycieli akademickich lub inne osoby prowadzące zajęcia, wykorzystywane zarówno do oceny ciągłej w trakcie realizacji zajęć w semestrze oraz na zakończenie zajęć jako oceny podsumowującej, w tym w szczególności metody umożliwiające sprawdzenie i ocenienie nabytych przez studentów umiejętności praktycznych oraz kompetencji społecznych niezbędnych na rynku pracy. W kartach przedmiotu określone są formy oraz warunki zaliczenia zajęć, które są powiązane z celami zajęć, zakładanymi efektami uczenia się oraz treściami programowymi.

W raporcie samooceny Uczelnia deklaruje, iż ocena efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych osiąganych przez studentów kierunku marketing internetowy jest prowadzona w sposób systematyczny i spójny z zakładanymi efektami kształcenia. Należy stwierdzić, iż proces ten jest odpowiedni dla ocenianego kierunku i profilu praktycznego. W szczególności stosowane są różnorodne metody oceny, które umożliwią rzetelną weryfikację osiągnięcia założonych efektów uczenia się na każdym etapie procesu kształcenia.

Konsekwencją wskazania w programie studiów celowo określonych i systematycznie stosowanych sposobów sprawdzania efektów uczenia się nabywanych przez studentów jest wiarygodność i rzetelność oraz porównywalność ocen uzyskiwanych przez studentów. Zespół oceniający zweryfikował prace etapowe 8 losowo wybranych zajęć. Przedstawione zespołowi oceniającemu prace etapowe okazały się powiązane z treściami programowymi dla zajęć. Zakres tematyczny prac etapowych pokrywa zagadnienia ujęte w ramach zajęć. Prace etapowe poddane przez zespół oceniający przeglądowi potwierdzają ich realizację w warunkach zbliżonych do występujących w obszarze aktywności zawodowej związanym z rynkiem pracy. Wyniki przeglądu prac etapowych potwierdzają funkcjonujący system sprawdzania i oceniania efektów uczenia się, a w konsekwencji możliwości wiarygodnego i rzetelnego sprawdzenia przez Uczelnię, że studenci nabywają efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych właściwe dla poziomów 6. (na studiach pierwszego stopnia) i 7. (na studiach drugiego stopnia) Polskiej Ramy Kwalifikacji. Ten obraz zakłócają rozkłady ocen uzyskiwanych przez studentów z poszczególnych zajęć, udostępnione zespołowi oceniającemu. Zarówno na studiach pierwszego, jak i drugiego stopnia przeważają oceny

od dobrej wwyż (w przypadku przedmiotu „Organizacja i zarządzanie w mediach” są wyłącznie oceny bardzo dobre), do rzadkości należą oceny plus dostateczne, jeszcze radsze są oceny dostateczne, a ocen niedostatecznych w pięciu na osiem wykazach ocen nie ma w ogóle. Rozkłady te są dalekie od rozkładu normalnego. Rekomenduje się wprowadzenie mechanizmu w sposób skuteczny kontrolującego rozkłady ocen uzyskiwane przez studentów z poszczególnych zajęć.

Przyjęte przez Uczelnię zasady pozwalają na pozyskanie przez studenta informacji zwrotnej o uzyskanych wynikach. Studenci po zakończeniu kursu w ciągu 7 dni otrzymują informacje zwrotne dotyczące uzyskanych ocen. W pierwszej kolejności wykładowca informuje studenta o uzyskanej ocenie poprzez wypełnienie protokołu ocen (ocena automatycznie pojawia się na koncie studenta, który zostaje o tym fakcie powiadomiony odpowiednim komunikatem). Dodatkowo Zespół Metodyczny przygotowuje i przeprowadza szkolenia z zakresu tworzenia i przekazywania informacji zwrotnych w trakcie trwania procesu dydaktycznego. Proces informowania studentów o poziomie osiągnięcia efektów uczenia się dotyczy każdego kursu i modułu w całym cyklu kształcenia. Ostateczny wynik ze studiów jest sumą następujących czynników: średnią arytmetyczną ocen uzyskanych w całym okresie studiów z modułów kształcenia, oceny z egzaminu dyplomowego oraz oceny uzyskanej z pracy dyplomowej.

W ramach monitorowania losów absolwentów prowadzone są w Collegium Da Vinci badanie o nazwie "Karta Aktywności Zawodowej". Badanie jest realizowane za pomocą ankiety online w formularzu Google. Prośba o wypełnienie ankiety jest wysyłana do wszystkich osób, które ukończyły studia na ocenianym kierunku. Wysoka zwrotność ankiet przeprowadzonych w latach 2021-2023 na poziomie 90% pozwala Uczelni na rzetelną analizę ścieżki edukacyjnej i kariery zawodowej jej absolwentów na podstawie wyników ankiety. Prowadzone badanie ankietowe jest aktualizowane co roku, aby dostosować je do potrzeb Uczelni i rynku pracy. Wyniki ankiet wpłynęły na decyzję o wprowadzeniu do nowego modelu kształcenia w Collegium Da Vinci umiejętności z zakresu budowania indywidualnego portfolio zawodowego.

### **Zalecenia dotyczące kryterium 3 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 3**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Stosowane są formalnie przyjęte i opublikowane, spójne i przejrzyste warunki przyjęcia kandydatów na studia, a Senat Uczelni określił sposoby potwierdzania efektów uczenia się uzyskanych poza systemem studiów. Ogólne zasady zaliczania poszczególnych semestrów i lat studiów, w tym dyplomowania, uznawania efektów i okresów uczenia się oraz kwalifikacji uzyskanych w szkolnictwie wyższym, a także ogólne zasady oceniania należy uznać za przejrzyste i właściwe. Uczelnia prowadzi także badania absolwentów.

System sprawdzania i oceniania efektów uczenia się nabywanych przez studentów w toku kształcenia i na jego zakończenie nie budzi zastrzeżeń. W programie studiów zostały określone metody weryfikacji, tj. celowo określone i systematycznie stosowane sposoby sprawdzania efektów uczenia się nabywanych przez studentów stosowane przez nauczycieli akademickich lub inne osoby



prowadzące zajęcia, wykorzystywane zarówno do oceny ciągłej w trakcie realizacji zajęć w semestrze oraz na zakończenie zajęć jako oceny podsumowującej, w tym w szczególności metody umożliwiające sprawdzenie i ocenienie nabytych przez studentów umiejętności praktycznych oraz kompetencji społecznych niezbędnych na rynku pracy. W kartach przedmiotu określone są formy oraz warunki zaliczenia zajęć powiązane z celami zajęć, zakładanymi efektami uczenia się oraz treściami programowymi. Przedstawione do oceny zespołu oceniającego prace etapowe i egzaminacyjne potwierdzają istnienie systemu weryfikacji efektów uczenia się, umożliwiającego etapowe monitorowanie postępów w uczeniu się oraz rzetelną i wiarygodną ocenę stopnia osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, w tym w szczególności opanowania umiejętności praktycznych i przygotowania do prowadzenia działalności zawodowej w obszarach zawodowego rynku pracy właściwych dla ocenianego kierunku. Także prace dyplomowe licencjackie i magisterskie w sposób rzetelny i wiarygodny potwierdzają osiągnięcie efektów uczenia się na zakończenie studiów, w tym wykazania się wiedzą ogólną w zakresie dyscyplin do których kierunku jest przyporządkowany oraz umiejętnością analizowania i wnioskowania.

### **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

### **Rekomendacje**

1. Rekomenduje się uzupełnienie informacji rekrutacyjnych o wymaganych kompetencjach kandydata związanych z uczeniem się na odległość, a także posiadaniem przez niego właściwego sprzętu umożliwiającego ten rodzaj nauki, jak również o wsparciu oferowanym przez Uczelnię w zakresie dostępu do sprzętu niezbędnego w procesie kształcenia.
2. Rekomenduje się doprecyzowanie zasad przeprowadzania egzaminu dyplomowego dających gwarancję końcowej weryfikacji efektów uczenia się z zakresu studiowanego kierunku.
3. W zakresie egzaminu dyplomowego rekomenduje się zapewnienie w składzie komisji udział członka reprezentującego każdą z dyscyplin przypisanych do ocenianego kierunku.
4. Rekomenduje się uwzględnienie przez Władze Uczelni praktyki powierzenia obowiązków opiekuna i/lub recenzenta pracy magisterskiej samodzielnemu pracownikowi naukowemu.
5. Rekomenduje się wprowadzenie mechanizmu w sposób skuteczny kontrolującego rozkłady ocen uzyskiwanych przez studentów z poszczególnych zajęć.

### **Zalecenia**

Nie dotyczy.

### **Kryterium 4. Kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry**

#### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 4**

Kadrę dydaktyczną, prowadzącą zajęcia na kierunku marketing internetowy, tworzy 25 nauczycieli zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy (2 osoby z tytułem doktora habilitowanego, 13 doktorów, 8 magistrów). Osoby te prowadzą ponad 50% zajęć przewidzianych programem studiów. Pozostałe zajęcia prowadzone są przez osoby zatrudnione w ramach umów

cywilnoprawnych, w tym nauczycieli zawodu o udokumentowanym doświadczeniu w zakresie prowadzonych przedmiotów. Kadra na studiach I stopnia jest dobrana tak, aby móc realizować zakładane efekty uczenia się w obszarach dyscyplin, którym kierunek jest przypisany. W obszarze nauk o komunikacji społecznej i mediach kadre stanowi: 1 doktor habilitowany, 3 doktorów, 9 magistrów (w tym 4 doktorantów), a w obszarze dyscypliny uzupełniającej, tj. nauk o zarządzaniu i jakości: 1 doktor habilitowany, 5 doktorów, 8 magistrów. Zgodnie z koncepcją kształcenia, kadre uzupełniają też przedstawiciele dyscyplin wspierających realizację efektów uczenia się, tj. ekonomii i finansów (1 profesor, 1 doktor, 2 doktorów inżynierów i 8 magistrów inżynierów), nauk prawnych (3 magistrów), sztuki (1 doktor, 3 magistrów). Kadra prowadząca zajęcia na studiach II stopnia obejmuje w obszarze nauk o komunikacji społecznej i mediach: 1 doktora habilitowanego, 3 doktorów, 9 magistrów (w tym 3 doktorantki), a w obszarze dyscyplin uzupełniających, tj. nauk o zarządzaniu i jakości: 1 doktora habilitowanego, 5 doktorów, 8 magistrów oraz w obszarze ekonomii i finansów: 1 doktora habilitowanego, 1 doktora, 2 doktorów inżynierów i 8 magistrów inżynierów.

Struktura kwalifikacji oraz liczebność kadry w stosunku do liczby studentów umożliwiają właściwą realizację zajęć. Podobnie umożliwia to przydział zajęć oraz obciążenia godzinowe poszczególnych prowadzących. W Uczelni rokrocznie zawierany jest z pracownikiem kontrakt obejmujący ustalenia, dotyczące planów i obciążeń na dany rok akademicki. Pensum nauczycieli akademickich jest zróżnicowane i wynosi od 180 do 240 godzin dla osób zatrudnionych na etacie naukowo-dydaktycznym i dydaktyczno-praktycznym oraz do 360 na etacie dydaktycznym. Pracownik może realizować dodatkowe godziny w wymiarze nie większym niż ½ pensum. Z rozmów z pracownikami wynika, że zasady te są w pełni respektowane. Obciążenia godzinowe nauczycieli akademickich są zgodne z wymaganiami.

Decyzje o przypisaniu prowadzącego do konkretnych zajęć podejmowane są na podstawie analizy dorobku, zarówno naukowego, praktycznego i dydaktycznego oraz przeprowadzonej rozmowy kwalifikacyjnej przez Kierownika Katedry przy wsparciu Zastępcy Dziekana ds. Realizacji Kształcenia. Szczególnie istotną rolę w tym procesie odgrywa Kierownik Katedry, który weryfikuje kompetencje kandydata oraz może skonsultować jego dorobek z Kierunkowym Zespołem Dydaktycznym, w celu oceny zapotrzebowania na dany kurs. Wsparciem dla Kierowników Katedr w rekrutacji wykładowców jest Specjalista ds. Rekrutacji i Onboardingu, który na wniosek Kierowników Katedr pośredniczy w pozyskiwaniu kadry etatowej i nieetatowej oraz prowadzi bazę pozyskanych kontaktów zawierającą informacje o obszarach ich kompetencji i zainteresowań badawczych oraz dydaktycznych. Dobór kadry jest transparentny i adekwatny do potrzeb związanych z realizacją zajęć. Nadto w Uczelni funkcjonuje sprzyjająca asymilacji procedura adaptacji, która dotyczy nowo zatrudnianych pracowników i współpracowników. Ujęto w niej najważniejsze elementy wprowadzania nowo zatrudnionego nauczyciela w specyfikę pracy na Uczelni, w jej kulturę organizacyjną, standardy i zasady. W szczególności celem procedury jest efektywne przeprowadzenie procesu przygotowania nowego pracownika do realizacji zajęć dydaktycznych. Nowo zatrudniony wykładowca może skorzystać z indywidualnych konsultacji metodycznych, a także kursu e-learningowego wprowadzającego do standardów prowadzenia zajęć dydaktycznych.

Uczelnia wspiera pracowników w podnoszeniu kwalifikacji, w tym w zdobywaniu kolejnych stopni naukowych oraz rozwijaniu kompetencji praktycznych. Na podstawie deklaracji pracowników dotyczących planów na dany rok akademicki związanych z uczestnictwem w konferencjach naukowych, wydarzeniach branżowych, przygotowaniem publikacji, a także kursów i szkoleń

służących rozwojowi praktycznemu Dziekan Wydziału Nauk Stosowanych corocznie zabezpiecza w swoim budżecie odpowiednie środki służące realizacji wspomnianych celów.

Uczelnia umożliwia pracownikom udział w szkoleniach, zarówno organizowanych na miejscu, jak i w szkoleniach zewnętrznych. W latach 2018-2023 wsparcie na rzecz kierunków studiów oraz kadry dydaktycznej (w tym kierunku marketing internetowy) odbywało się w ramach trzech projektów Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja. Przygotowując nauczycieli akademickich do pracy z osobami z niepełnosprawnością pracownicy dydaktyczni i administracyjni mieli możliwość uczestnictwa w kursach dotyczących m.in.: zwiększenie wiedzy na temat potrzeb osób z niepełnosprawnościami, wykorzystanie różnorodnych narzędzi cyfrowych w kontekście edukacji osób z niepełnosprawnością, Uczelnia wobec studentów z zaburzeniami psychicznymi, wsparcie studentów w spektrum autyzmu, dostępność sylabusów. Ponadto dwie osoby zrealizowały „Kurs polskiego języka migowego” (poziom A1/A2). Poza kursami i szkoleniami pracownicy i współpracownicy CDV mają dostęp do manuala dla wykładowców na temat współpracy z osobami ze szczególnymi potrzebami, w tym z niepełnosprawnościami.

Nauczyciele przygotowujący się do procedury awansu zawodowego mogą uzyskać stypendium naukowe i/lub urlop naukowy. Rektor może też wyrazić zgodę na obniżenie rocznego wymiaru pensum dydaktycznego do 50% godzin dydaktycznych, pokrycie kosztów postępowania lub finansowania publikacji stanowiącej podstawę do uzyskania stopnia lub tytułu. Pracownicy etatowi mają możliwość ubiegania się o pełne lub częściowe pokrycie kosztów badań naukowych i realizacji prac artystycznych – granty wewnętrzne „GrantyVinci”.

Wspieraniem pracowników dydaktycznych w prowadzeniu zajęć, przygotowywaniu materiałów dydaktycznych oraz prac dyplomowych zajmuje się Metodyk Uczelniany oraz Metodycy Katedralni, mający stosowne wykształcenie i przygotowanie do pracy w tym zakresie. Pracownicy mogą też korzystać ze stale aktualizowanego przewodnika „ABC wykładowcy” czy warsztatów metodycznych w ramach spotkań wydziałowych i zebrań katedry. Wykładowcy otrzymują dostęp do opracowań wewnętrznych CDV, takich jak: „Model kształcenia praktycznego w Collegium Da Vinci”, „Kryterium zajęć praktycznych”, „ABC Nauczyciela akademickiego - przewodnik metodyczny”. Metodyk Uczelniany przygotował także specjalny kurs online ułatwiający przygotowywanie się do zajęć.

W Uczelni przewidziano trzy ścieżki rozwoju zawodowego pracownika:

- ścieżka I - dla pracowników naukowo-dydaktycznych (stanowiska: asystent, adiunkt, profesor CDV, profesor),
- ścieżka II – dla pracowników praktyczno-dydaktycznych (stanowisko: wykładowca-praktyk);
- ścieżka III – dla pracowników dydaktycznych (stanowiska: wykładowca, starszy wykładowca, profesor CDV).

Pracownik ma możliwość zmiany wybranej przez siebie ścieżki zawodowej. Zmiana ścieżki jest możliwa w terminie 30 dni od ogłoszenia ostatniego wyniku oceny pracy. O zmianę ścieżki wnioskuje do Dziekana Wydziału pracownik lub bezpośredni przełożony pracownika.

Nauczyciele akademicy ze szczególnymi osiągnięciami w pracy dydaktycznej otrzymują nagrody Rektora, wręczane podczas inauguracji roku akademickiego. Także samorząd przyznaje wyróżnienia w kategoriach, takich jak np.: najbardziej inspirujący wykładowca, skarbnica wiedzy akademickiej, najbardziej kreatywny wykładowca.

W Uczelni prowadzone są systematycznie oceny okresowe nauczycieli akademickich. Ocena dokonywana jest przez Władze Uczelni i Wydziału na podstawie złożonego przez pracownika arkusza oceny wraz z załącznikami. Szczegółowe zapisy dotyczące warunków oceny zawiera stosowne zarządzenie Rektora. Wyniki okresowej oceny pracy nauczycieli akademickich są omawiane przez Kierownika. W przypadku powtarzających się słabych ocen pracy dydaktycznej, naukowej i organizacyjnej nauczyciela, jego bezpośredni przełożony zobowiązany jest do przeprowadzenia rozmowy wyjaśniającej i hospitacji zajęć. Uzyskanie negatywnej okresowej oceny nauczyciela akademickiego może stanowić podstawę dla rozwiązania stosunku pracy. W przypadku dwóch kolejnych ocen negatywnych danego nauczyciela akademickiego Rektor może podjąć decyzję o rozwiązaniu stosunku pracy. W obu przypadkach, w pierwszej kolejności, obejmuje się pracownika wsparciem i wskazaniem obszarów, w których pracownik może dobrze wykorzystywać swój potencjał.

Pracownicy są też monitorowani za pośrednictwem systematycznie realizowanych hospitacji zajęć prowadzonych przez Zespół Metodyków oraz poprzez ankiety studenckie. W obu przypadkach istnieją regulacje określające zasady hospitowania i ankietowania. W Uczelni wprowadzono system ankiet audytoryjnych przeprowadzanych co semestr. Proces ten nadzorują opiekunowie roku. Dzięki systematycznej pracy w tym zakresie udaje się uzyskać wysoką stopę zwrotu na poziomie 50%, a nawet wyższą na niektórych rocznikach. Dane uzyskiwane z ankiet studenckich weryfikowane są przez Dziekana Wydziału Nauk Stosowanych i Kierownika Katedry, także pod kątem przyszłych obciążeń prowadzonych przedmiotów. Hospitacje zajęć odbywają się wieloetapowo - w pierwszej części hospitowane są zajęcia, a następnie prowadzący spotyka się z Metodykiem Katedralnym w celu omówienia prowadzonych zajęć. Metodyk wskazuje zarówno silne strony zajęć, jak i elementy, które należałoby poprawić. Wyniki hospitacji przekazywane są Kierownikowi Katedry, który podejmuje decyzję odnośnie możliwości wsparcia rozwoju pracownika, np. poprzez skierowanie na konsultacje metodyczne, „konsultacje koleżeńskie” (tj. wsparcie wskazanego przez Kierownika Katedry wykładowcy, który może podzielić się dobrymi praktykami). Wiele informacji na temat kadry dydaktycznej prowadzącej zajęcia uzyskuje opiekun roku podczas spotkań ze studentami. Spotkania odbywają się ze studentami każdego kierunku, rocznika i trybu dwa razy podczas roku akademickiego (z całym rocznikiem), z przedstawicielami (starostami) grup stacjonarnych dwa razy w miesiącu, a przedstawicielami (starostami) grup niestacjonarnych raz w miesiącu oraz każdorazowo na prośbę studentów.

W Uczelni obowiązują zasady umożliwiające rozwiązywanie konfliktów, a także reagowania na przypadki zagrożenia, naruszenia bezpieczeństwa i dyskryminacji. Pracownicy mają stosowną wiedzę w tym zakresie.

#### **Zalecenia dotyczące kryterium 4 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

#### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 4**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Kadrę dydaktyczną, prowadzącą zajęcia na kierunku marketing internetowy, tworzy 25 nauczycieli zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy. Osoby te prowadzą ponad 50% zajęć

przewidzianych programem studiów. Pozostałe zajęcia prowadzone są przez osoby zatrudnione w ramach umów cywilnoprawnych, w tym nauczycieli zawodu o udokumentowanym doświadczeniu w zakresie prowadzonych przedmiotów. Kadra na studiach I i II stopnia jest dobrana tak, aby móc realizować zakładane efekty uczenia się w obszarach dyscyplin, w których kierunek został osadzony. Struktura kwalifikacji oraz liczebność kadry w stosunku do liczby studentów umożliwiają właściwą realizację zajęć. Podobnie umożliwia to przydział zajęć oraz obciążenia godzinowe poszczególnych prowadzących. Pensum nauczycieli akademickich jest zróżnicowane i wynosi od 180 do 240 godzin dla osób zatrudnionych na etacie naukowo-dydaktycznym i dydaktyczno-praktycznym oraz do 360 godzin na etacie dydaktycznym. Decyzje o przypisaniu prowadzącego do konkretnych zajęć podejmowane są na podstawie analizy dorobku naukowego, praktycznego i dydaktycznego oraz przeprowadzonej rozmowy kwalifikacyjnej. Wsparciem dla Kierowników Katedr w rekrutacji wykładowców jest Specjalista ds. Rekrutacji i Onboardingu. W Uczelni funkcjonuje procedura adaptacji, która dotyczy zarówno pracowników, jak i współpracowników nowo zatrudnianych. Ujęto w niej najważniejsze elementy wprowadzania nauczyciela w specyfikę pracy na Uczelni.

Uczelnia zapewnia pracownikom warunki do rozwoju zawodowego, wspierając ich w podnoszeniu kwalifikacji, zdobywaniu kolejnych stopni naukowych oraz rozwijaniu kompetencji praktycznych. Umożliwia pracownikom udział w szkoleniach. Nauczyciele przygotowujący się do procedury awansu zawodowego mogą uzyskać stypendium naukowe i/lub urlop naukowy. Rektor może też wyrazić zgodę na obniżenie rocznego wymiaru pensum dydaktycznego do 50% godzin dydaktycznych, pokrycie kosztów postępowania lub finansowania publikacji stanowiącej podstawę do uzyskania stopnia lub tytułu. Wspieraniem pracowników dydaktycznych w prowadzeniu zajęć, przygotowywaniu materiałów dydaktycznych oraz prac dyplomowych zajmuje się Metodyk Uczelniany oraz Metodycy Katedralni. Nauczyciele akademicy ze szczególnymi osiągnięciami w pracy dydaktycznej otrzymują nagrody Rektora. Ocena okresowa pracowników etatowych Wydziału Nauk Stosowanych dokonywana jest systematycznie, według określonych w zarządzeniu Rektora, procedur. Wyniki okresowej oceny pracy nauczycieli akademickich są omawiane przez Kierownika. W przypadku powtarzających się słabych ocen pracy dydaktycznej, naukowej i organizacyjnej nauczyciela, jego bezpośredni przełożony zobowiązany jest do przeprowadzenia rozmowy wyjaśniającej i hospitacji zajęć. Uzyskanie negatywnej okresowej oceny nauczyciela akademickiego może stanowić podstawę dla rozwiązania stosunku pracy. Pracownicy są też monitorowani za pośrednictwem systematycznie realizowanych hospitacji zajęć prowadzonych przez Zespół Metodyków oraz poprzez ankiety studenckie. W obu przypadkach istnieją regulacje określające zasady hospitowania i ankietowania. Wiele informacji na temat kadry dydaktycznej prowadzącej zajęcia uzyskuje opiekun roku podczas spotkań ze studentami. Takie spotkania odbywają się ze stałą regularnością. W Uczelni obowiązują zasady umożliwiające rozwiązywanie konfliktów, a także reagowania na przypadki zagrożenia, naruszenia bezpieczeństwa i dyskryminacji. Pracownicy mają stosowną wiedzę w tym zakresie.

### **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

### **Rekomendacje**

Nie dotyczy.

## Zalecenia

Nie dotyczy.

### **Kryterium 5. Infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie**

Uczelnia dysponuje własną bazą lokalową zlokalizowana w dwóch budynkach „Altum” oraz „Novum” o łącznej powierzchni całkowitej 23 716m<sup>2</sup>. W obrębie wskazanych gmachów zlokalizowana jest infrastruktura dydaktyczna, naukowa i biblioteczna przeznaczona na potrzeby prowadzenia zajęć na kierunku marketing internetowy. Na potrzeby prowadzenia zajęć dydaktycznych na ocenianym kierunku możliwe jest wykorzystanie wielofunkcyjnej sali koncertowo-teatralnej (mieszczącej około 460 osób), 3 auli (jednej mieszczącej 320 osób i dwóch mieszczących 160 osób), siedmiu sal wykładowych (mieszczących od 40-80 osób), 13 sal seminaryjnych (mieszczących od 15 - 30 osób) oraz 14 sal komputerowych w wielkości od 26 do 30 stanowisk komputerowych. Łącznie Uczelnia dysponuje 350 stanowiskami komputerowymi. Komputery we wskazanych pracowniach są wyposażone w system operacyjny: Windows 11 Education lub Pro 64-bit. W poszczególnych salach zainstalowane jest oprogramowanie zgodne z potrzebami i wymogami prowadzonych tam zajęć dydaktycznych. W większości komputery wyposażone są w pakiet Adobe Creative Cloud oraz programy, takie jak: 7Zip; Acrobat Reader, Anaconda, Arduino IDE, Audacity, AxureRP, Blackmagic Fusion, Blender, Brackets, Corona, DevC++, Fontlab Studio, GIMP, Git, Inkscape, JDK, jGRASP, JRE, Magiczne bloczki, Microsoft Silverlight SDK, MongoDB, Mozilla Firefox, NetBeans IDE, Notepad++, Oracle SQL developer, pgAdmin 4, Putty, PyCharm, Python 3.2 i 3.6.5, Robo3t, Scratch2, SketchUp 2015, Visual Paradigm CE, Visual Studio Code, VLC, XAMPP. Jak wskazuje Uczelnia, zajęcia w salach komputerowych dla kierunku marketing internetowy są planowane w sposób priorytetowy. Na potrzeby studentów kierunku marketing internetowy przeznaczono wyposażone w nowoczesny sprzęt i kompatybilne z nim oprogramowanie pracownie: vlogową i fotograficzną. Wyposażenie to zapewnia dobre podstawy do uzyskania przez studentów ocenianego kierunku praktycznych umiejętności niezbędnych w obszarze marketingu internetowego, szczególnie umiejętności praktycznych, wymaganych przez pracodawców.

Uczelnia zapewnia również pomieszczenia do zajęć z wychowania fizycznego. Studenci mogą korzystać z: siłowni, sali do zajęć fitness badmintona, unihokeja i tenisa stołowego, a także spinningu. Do dyspozycji Studentów są ponadto cztery korty do squasha. Wielkość i struktura infrastruktury dydaktycznej korespondują z liczbą studentów i potrzebami wynikającymi z programu studiów.

Studenci korzystają także z przewodowych i bezprzewodowych sieci internetowych. Uczelnia posiada zintegrowaną infrastrukturę informatyczną, a szerokopasmowe łącze umożliwia szybki dostęp do Internetu z dowolnego komputera na Uczelni. Ponadto Studenci mogą na terenie Uczelni korzystać z dwóch sieci Wi-Fi. Pierwsza – bez konieczności autoryzacji – pozwala na dostęp do Internetu, druga natomiast – po autoryzacji kontem uczelnianym CDV – pozwala na dostęp do usług teleinformatycznych świadczonych przez Uczelnię.

Infrastruktura biblioteczna i dostęp do niej nie budzą zastrzeżeń. Biblioteka na bieżąco gromadzi i udostępnia publikacje wskazywane w sylabusach zajęć, a także piśmiennictwo naukowe polskie i zagraniczne (książki i czasopisma) dotyczące marketingu internetowego. Zakres dostępnych studentom zasobów bibliotecznych sposoby udostępniania zapewniają prawidłową realizację zajęć

i osiągnięcie przez studentów zakładanych efektów uczenia się. Za pośrednictwem Biblioteki studenci mają dostęp do światowych zasobów piśmiennictwa naukowego zgromadzonego w bazach: Ibuk Libra, Ebookpoint BIBLIO, EBSCO Academic Research Source. W ramach Wirtualnej Biblioteki Nauki dostępne są bazy z czasopismami i książkami elektronicznymi: Science Direct (Elsevier), Springer Link, Wiley Online Library, Nature.com, Sciencemag.org, EBSCO, JSTOR oraz bazy bibliograficzne i narzędzia bibliometryczne: Scopus, Web of Science, SciVal, InCites.

Budynki, w których odbywają się zajęcia dydaktyczne, w tym także przestrzenie studenckie, takie jak np. bufet czy przestrzenie do pracy samodzielnej studentów są pozbawione barier architektonicznych przez co są w pełni dostępne i dostosowane do potrzeb studentów z niepełnosprawnościami. Podobnie, jak w przypadku pozostałych elementów infrastrukturalnych, także i w przypadku Biblioteki, studenci ze szczególnymi potrzebami mają zapewniony do niej dostęp, jak również mogą korzystać ze specjalistycznego sprzętu pozwalającego im w pełni korzystać z zasobów bibliotecznych i realizować proces uczenia się.

Uczelnia dokonuje przeglądu posiadanej bazy wolumenów, jak również posiada procedury systematycznego uzupełniania posiadanych zasobów.

Uczelnia wskazuje, że od r.a. 2024/2025 wprowadza nową platformę e-learningową Blackboard Learn, która ma na celu poprawę interaktywności oraz jakości procesu dydaktycznego, a także ułatwienie prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. Uczelnia prowadzi obligatoryjny dla każdego nauczyciela kurs z zakresu metodyki kształcenia zdalnego oraz obsługi Blackboard Learn, natomiast studenci – podczas tygodnia integracyjnego – otrzymują wsparcie w zakresie korzystania z platformy e-learningowej. Charakterystyka wykorzystywanego do pracy zdalnej oprogramowania pozwala na różne sposoby pracy na odległość, w tym różne wymiary wielokierunkowej interaktywności.

Uczelnia wdrożyła i stosuje procedury związane z okresowymi przeglądami posiadanej infrastruktury (zarówno sal i części wspólnych budynku, jak również wyposażenia i dostępnego oprogramowania). W proces zgłaszania potrzeb lub konieczność modyfikacji istniejących zasobów Uczelnia aktywnie włącza wykładowców i studentów poprzez wykorzystywanie sformalizowanych (np. ankiety studenckie, zebrania pracowników Katedr) i nieformalnych (np. sugestie studentów podczas spotkaniem z opiekunem roku) kanałów komunikacji. Działania te mają charakter regularny.

### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 5.**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Infrastruktura techniczna oraz specjalistyczna odpowiadają potrzebom kształcenia na kierunku marketing internetowy. Sale i pracownie specjalistyczne (komputerowe, studio viralowe i fotograficzne) są zgodne z potrzebami procesu nauczania oraz umożliwiają prawidłową realizację zajęć, a dzięki temu również osiągnięcie przez studentów efektów uczenia się oraz przygotowanie do działalności zawodowej. Infrastruktura dydaktyczna (pomieszczenia, stanowiska komputerowe, licencje na specjalistyczne oprogramowanie) są dostosowane pod względem ilościowym do liczby studentów oraz liczebności grup i umożliwiają prawidłową realizację zajęć. Biblioteka, jej infrastruktura, wyposażenie, organizacja pracy oraz udogodnienia dla użytkowników zapewniają warunki do właściwego korzystania z zasobów w formie tradycyjnej i cyfrowej. Infrastruktura

dydaktyczna i biblioteczna są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami i nie ograniczają ich udziału w kształceniu.

### **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

### **Rekomendacje**

Nie dotyczy.

### **Zalecenia**

Nie dotyczy.

## **Kryterium 6. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku**

### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 6**

Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym pozwala na realizację przyjętej koncepcji nauczania na kierunku marketing internetowy. Uczelnia pozyskuje partnerów z otoczenia społeczno-gospodarczego m.in. poprzez działalność Rady Pracodawców czy Centrum Kariery i Przedsiębiorczości. Analiza stanu faktycznego wskazuje, że lista podmiotów, z którymi Uczelnia ma podpisane porozumienia o współpracy w kontekście kierunku marketing internetowy liczy 31 pozycji (m.in. Brand24, eCommerce Team, Grupa Marketer sp. z o.o., ICEA, Semcore sp. z o.o., Sempire, Widoczní, Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska). Uczelnia jest także otwarta na współpracę z innymi podmiotami. Rodzaj, zakres i zasięg działalności instytucji otoczenia społeczno-gospodarczego, w tym pracodawców, z którymi Uczelnia współpracuje w zakresie projektowania i realizacji programu studiów jest zgodny z koncepcją nauczania. We współpracę z Uczelnią zaangażowanych jest szereg przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego działających zarówno lokalnie jak i krajowo, a także globalnie.

Współpraca z instytucjami otoczenia społeczno-gospodarczego jest prowadzona systematycznie i przybiera zróżnicowane formy, takie jak:

- organizacja dodatkowych warsztatów, szkoleń i webinarów z przedstawicielami otoczenia społeczno-gospodarczego;
- organizacja spotkań z praktykodawcami oraz pracodawcami;
- pośrednictwo w rekrutacjach na praktyki/staże do firm partnerskich;
- uczestnictwo w Radzie Pracodawców przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego;
- uczestnictwo przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego w konferencjach organizowanych przez Uczelnię;
- prowadzenie zajęć dydaktycznych przez wykładowców - praktyków;
- udostępnianie case study z biznesu do realizacji podczas zajęć dydaktycznych/projektów interdyscyplinarnych;
- organizacja praktyk i staży;
- realizacja prac dyplomowych we współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym;
- projektowanie nowych kierunków studiów, tworzenie strategii rozwoju i komunikacji Uczelni.



Powyższe działania podejmowane przez Uczelnię we współpracy z instytucjami otoczenia społeczno-gospodarczego są adekwatne do celów kształcenia i potrzeb wynikających z realizacji programu studiów i osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że Władze Uczelni współpracują z Radą Pracodawców, w skład której wchodzi przedstawiciele firm i instytucji współpracujących z Uczelnią (na mocy porozumień/partnerstw) oraz reprezentujących branże związane z prowadzonymi kierunkami studiów. Organem opiniotwórczym jest Prezydium Rady działające w ramach Rady Pracodawców. Prezydium Rady Pracodawców powoływane jest przez Rektora Uczelni. W skład Prezydium wchodzi: przedstawiciel Rektora ds. współpracy z biznesem oraz minimum trzech przedstawicieli pracodawców/partnerów. Prezydium pełni funkcję konsultacyjno-doradczą, a poprzez określone działania ma realny wpływ na kształtowanie polityki edukacyjnej Uczelni. Do zadań Prezydium należy m.in.: opiniowanie nowych kierunków studiów oraz zmian w programach studiów w odniesieniu do wymogów stawianych przez rynek pracy oraz oczekiwań pracodawców. Dotyczy to m.in. profilu/sylwetki absolwenta, efektów uczenia się, koncepcji programów studiów oraz kierunku rozwoju oferty dydaktycznej Uczelni, czy też programów praktyk. Centrum Kariery i Przedsiębiorczości zajmuje się dostarczaniem zasobów, narzędzi oraz działań wspierających proces realizacji kształcenia praktycznego w zakresie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz rynkiem pracy zgodnie z modelem kształcenia.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że Centrum Kariery i Przedsiębiorczości prowadzi badanie potrzeb związanych ze współpracą firm partnerskich z Uczelnią oraz ich satysfakcją w zakresie współpracy. Badania są prowadzone uwzględniając cykl roku akademickiego. Badanie prowadzone jest na końcu roku akademickiego (wrzesień) i uwzględnia satysfakcję ze współpracy w ciągu minionego roku akademickiego (październik - wrzesień) oraz zapytanie dotyczące potrzeb względem współpracy na nowy rok akademicki. W tej ankiecie satysfakcji Uczelnia pyta się m.in. o cel jaki przyświecał organizacji wydarzenia lub projektu we współpracy z Uczelnią, w jakim stopniu udało się ten cel osiągnąć, oraz jak oceniana jest współpraca z Centrum Kariery i Przedsiębiorczości, komunikacja z jego zespołem i organizacja wydarzenia/projektu.

Analiza stanu faktycznego wskazuje, że Uczelnia wdraża zmiany wynikające z przeprowadzonych badań, czego dowodem jest decyzja o kontynuacji współpracy w dotychczasowej formie oraz stworzenia planów ramowych współpracy z przedstawicielami otoczenia społeczno-gospodarczego. Plany te będą zawierały konkretne aktywności, które zostały zadeklarowane przez obie strony do realizacji w nadchodzącym roku akademickim. Celem takiego działania jest aktywizacja partnerów, jak również precyzyjne określenie oczekiwań i działań do wykonania. Stan na listopad 2024 roku pokazuje, że Centrum Kariery i Przedsiębiorczości opracowało wstępne plany ramowe współpracy z 23 firmami.

**Zalecenia dotyczące kryterium 6 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

**Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 6**

Kryterium spełnione

## **Uzasadnienie**

Rodzaj, zakres i zasięg działalności instytucji otoczenia społeczno-gospodarczego, w tym pracodawców, z którymi Uczelnia współpracuje w zakresie projektowania i realizacji programu studiów, jest zgodny z koncepcją i celami kształcenia oraz wyzwaniem zawodowego rynku pracy właściwego dla kierunku.

Współpraca z instytucjami otoczenia społeczno-gospodarczego jest prowadzona stale w zakresie organizacji praktyk oraz poprzez wpływ interesariuszy na programy studiów i efekty uczenia się. Współpraca jest prowadzona adekwatnie do celów kształcenia i potrzeb wynikających z realizacji programu studiów i osiągania przez studentów efektów uczenia się.

Zapewniony jest udział interesariuszy zewnętrznych, w tym pracodawców, w różnych formach współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów także w warunkach ich nieobecności wynikającej z czasowego ograniczenia funkcjonowania Uczelni.

Prowadzone są okresowe przeglądy współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym, w tym z pracodawcami, w odniesieniu do programu studiów, wpływu jej rezultatów na program studiów i doskonalenie jego realizacji, osiąganie przez studentów efektów uczenia się i losy absolwentów. Wyniki tych przeglądów są wykorzystywane do rozwoju i doskonalenia współpracy, a w konsekwencji programu studiów.

## **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

## **Rekomendacje**

Nie dotyczy.

## **Zalecenia**

Nie dotyczy.

## **Kryterium 7. Warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku**

### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 7**

Rodzaj, zakres i zasięg umiędzynarodowienia procesu uczenia się są zgodne z założeniami określonymi w ramach strategii Collegium Da Vinci, jak również z przyjętą koncepcją kształcenia na ocenianym kierunku. Uczelnia stwarza pracownikom i studentom możliwości uczestnictwa w programie mobilności edukacyjnej Erasmus+. W ramach realizacji projektu Erasmus+ studenci, wykładowcy i kadra administracyjna realizują różne typy mobilności. W przypadku kadry wspierającej proces kształcenia wymiana dotyczy szkoleń i rozwijania umiejętności zawodowych. W przypadku kadry dydaktycznej mobilność w ramach programu Erasmus+ ma na celu podnoszenie kompetencji dydaktycznych. Mobilność studentów realizuje się w zakresie podjęcia studiów na uczelni partnerskiej lub też poprzez praktyki studenckie. Studenci Uczelni wzięli również udział w nowej formie mobilności programu Erasmus+, tj. Blended Intensive Programs.

Działania mające na celu podnoszenie stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na Uczelni przybierają różnorodną postać i należy ocenić je pozytywnie. CDV, poza aktywnością w ramach programu Erasmus+, współpracuje z ośrodkami akademickimi między innymi z Belgii, Portugalii i Indii w formie wizyt studyjnych. Kadra akademicka bierze aktywny udział w międzynarodowych projektach i zespołach, między innymi przy programie COST wraz z Ostfold University College, Norway, Fundacją Spark Academy (SPARK) w Poznaniu oraz Uniwersytetem Dolnośląskim DSW z Wrocławia. Studentom zapewnia się możliwość uczestniczenia w inicjatywach i konkursach o charakterze międzynarodowym między innymi Winter Design School i Service Design Winter School. W ramach doskonalenia umiejętności przydatnych w funkcjonowaniu w środowisku międzynarodowym, program studiów przewiduje obowiązkowe zajęcia z języków obcych, które – poza uzyskaniem zakładanych efektów uczenia się – kończą się uzyskaniem certyfikatu.

Celem zwiększenia stopnia umiędzynarodowienia, w Uczelni realizowana jest inicjatywa *Welcome Point*, dzięki której studenci zagraniczni mogą uzyskać wsparcie we wszystkich aspektach organizacyjnych i administracyjnych związanych z podjęciem kształcenia na Collegium Da Vinci w Poznaniu. Uczelnia ubiega się o dofinansowanie, które pozwoli zrealizować kolejne inicjatywy służące umiędzynarodowieniu, w tym o wsparcie finansowe do zakupu licencji narzędzia DeepL i realizacji indywidualnych zajęć z języka angielskiego dla pracowników dydaktycznych w ramach projektu NAWA Welcome to Poland. Działania z zakresu umiędzynarodowienia podlegają monitorowaniu, natomiast odpowiedzialni za ten proces są władze dziekańskie oraz Zespołu ds. Internacjonalizacji CDV.

#### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 7**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Proces umiędzynarodowienia procesu kształcenia należy ocenić pozytywnie. Podejmowane w tym obszarze działania są zgodne z założeniami określonymi w ramach strategii Collegium Da Vinci, jak również z przyjętą koncepcją kształcenia na kierunku marketing internetowy. Uczelnia stwarza pracownikom i studentom możliwości rozwoju aktywności międzynarodowej, w tym uczestnictwa w programie mobilności edukacyjnej Erasmus+, jak również stwarza warunki współpracy z zagranicznymi ośrodkami akademickimi, współpracy w ramach międzynarodowych projektów. Uczelnia podejmuje starania na rzecz podniesienia dostępności dla obcokrajowców podejmujących studia w języku polskim. Uczelnia prowadzi także monitoring procesu umiędzynarodowienia w sposób uporządkowany i ustrukturyzowany.

#### **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

#### **Rekomendacje**

Nie dotyczy.

#### **Zalecenia**

Nie dotyczy.

## **Kryterium 8. Wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia**

### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 8**

Wsparcie zapewniane studentom kierunku marketing internetowy należy ocenić pozytywnie. Zapewniony jest dostęp do materiałów dydaktycznych realizowanych podczas zajęć za pośrednictwem uczelnianych systemów informatycznych. Odpowiedzialność za wdrożenie i realizację tego systemu wsparcia spoczywa na władzach uczelni, władzach dziekańskich, opiece roku, Aniele CDV, pracownikach administracyjnych oraz przedstawicielach poszczególnych działów organizacyjnych. Prowadzący zajęcia dydaktyczne są odpowiednio przygotowani merytorycznie, a system wsparcia integruje nowoczesne technologie. Każdy student ma możliwość kontaktu z wykładowcami za pomocą poczty elektronicznej lub w trakcie wyznaczonych dyżurów.

Zapewniane wsparcie jest w pełni zgodne z założeniami procesu kształcenia, a nauczyciele akademicy aktywnie wspierają studentów w osiąganiu zakładanych efektów uczenia się. Są oni dostępni podczas wyznaczonych godzin konsultacji oraz w przerwach między zajęciami. Centrum Kariery i Przedsiębiorczości wspiera studentów w obszarach takich jak poszukiwanie pracy, rozwijanie kompetencji oraz przygotowanie do funkcjonowania na rynku pracy. W ramach swojej działalności zapewnia dostęp do ofert pracy, staży i praktyk, a także organizuje szkolenia i spotkania mające na celu rozwój kompetencji kluczowych dla rozpoczęcia kariery zawodowej. Wsparcie to charakteryzuje się wysoką efektywnością i znacząco wpływa na jakość pomocy oferowanej studentom kierunku. Regularnie organizowane spotkania networkingowe z przedstawicielami biznesu umożliwiają studentom poznanie praktycznych aspektów zarządzania firmami i realizacji projektów. W powiązaniu z ocenianym kierunkiem funkcjonuje szereg platform, takich jak Wirtualna Uczelnia, gdzie publikowane są materiały dydaktyczne oraz dodatkowe zasoby wspierające realizację programu studiów w sposób efektywny i przystępny.

Wsparcie oferowane studentom kierunku marketing internetowy ma charakter stały, kompleksowy i różnorodny, obejmując szerokie spektrum działań dydaktycznych, naukowych i organizacyjnych. Uczelnia zapewnia wysoki poziom opieki dydaktycznej i naukowej, z dostępem do materiałów dydaktycznych publikowanych na platformach internetowych. Prowadzący zajęcia są merytorycznie i dydaktycznie przygotowani, co gwarantuje wysoką jakość kształcenia. W Collegium Da Vinci działają koła naukowe, w których uczestniczą studenci kierunku marketing internetowy, a aktualnie powstaje Koło Naukowe AdVinci, ściśle związane z ocenianym kierunkiem. Uczelnia wspiera działalność kół naukowych poprzez możliwość ubiegania się o dofinansowanie bieżących inicjatyw. Studenci mają możliwość uczestniczenia w konkursach na najlepsze prace dyplomowe, co jest dodatkowym elementem motywacyjnym. Przykładem sukcesu jest wyróżnienie jednej ze studentek, która zdobyła nagrodę w IX ogólnopolskim konkursie im. prof. R. Głowackiego za najlepszą pracę magisterską z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji, organizowanym przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu.

Uczelnia stosuje różnorodne instrumenty motywacyjne, materialne i niematerialne, które mają na celu wspieranie studentów w osiąganiu doskonałych wyników, aplikowaniu o granty czy realizacji projektów badawczych. Studenci mają dostęp do infrastruktury uczelni, w tym sal wykładowych i laboratoriów, co umożliwi praktyczne rozwijanie ich umiejętności. Collegium Da Vinci wspiera również aktywności poza dydaktyczne, oferując dofinansowanie wyjazdów na konferencje czy realizację projektów badawczych, finansowanych m.in. ze środków rektorskich. Studenci mogą

angażować się w różnorodne inicjatywy, takie jak działania Centrum Kariery i Przedsiębiorczości, Akademickiego Związku Sportowego CDV oraz inne przedsięwzięcia realizowane na uczelni. Organizacje studenckie są objęte wsparciem merytorycznym i finansowym ze strony opiekunów oraz władz uczelni, co dodatkowo podnosi jakość ich działań.

Na ocenianym kierunku studiów wdrożono mechanizmy motywacyjne skierowane do studentów, które wspierają ich rozwój i osiągnięcia. Jednym z kluczowych elementów tego systemu jest możliwość ubiegania się o stypendium rektora, przyznawane za wybitne osiągnięcia naukowe, artystyczne lub sportowe. Zasady przyznawania stypendium są jasno określone w przepisach uczelnianych, co zapewnia przejrzystość i sprawiedliwość procesu. Stypendia wypłacane są terminowo, a procedura składania wniosków jest oceniana przez studentów jako intuicyjna i transparentna. Stypendium rektora stanowi podstawowy instrument wsparcia dla wyróżniających się studentów, motywując ich do dalszego rozwijania swoich pasji i umiejętności. Dodatkowo studenci, którzy osiągają wyjątkowe wyniki w obszarze sportu, sztuki lub nauki, mogą ubiegać się o studiowanie w trybie indywidualnej organizacji studiów, co umożliwia im skuteczne łączenie działalności akademickiej z ich dodatkowymi aktywnościami i zobowiązaniami.

Uczelnia oferuje wsparcie w procesie uczenia się z uwzględnieniem potrzeb różnych grup studentów np. aktywnych zawodowo lub wychowujących dzieci. Studenci kierunku mają możliwość ubiegania się o zróżnicowane formy wsparcia w obszarze bytowym, socjalnym i administracyjnym. Studenci mają możliwość ubiegania się indywidualną organizację studiów w przypadkach określonych w Regulaminie studiów. W ramach systemu stypendialnego, realizowane są takie formy wsparcia jak stypendium socjalne, dla osób niepełnosprawnych oraz zapomoga. Studenci z niepełnosprawnościami, którzy kształcą się na ocenianym kierunku mają możliwość skorzystania z wielu zróżnicowanych instrumentów wsparcia, które mają na celu ułatwienie studentom pełnego skorzystania z oferty kierunku, w tym osiągnięcia niezbędnych efektów uczenia się oraz nabycia kompetencji przewidzianych w programie studiów. Wsparcie studentów z niepełnosprawnościami ma charakter wsparcia zindywidualizowanego i dostosowanego do ich potrzeb. Studenci mogą ubiegać się między innymi o wsparcie asystenta w czynnościach związanych z procesem kształcenia, wypożyczenie sprzętu technicznego, wsparcie tłumacza oraz dostosowanie materiałów dydaktycznych do potrzeb indywidualnych. Studenci z niepełnosprawnościami mają zapewnioną również pomoc psychologiczną. Wsparcie koordynowane i realizowane jest przez uczelniane Centrum Inkluzji. W ramach swojej działalności jednostka współpracuje z pozostałymi jednostkami w Uczelni, czego przykładem jest zapewnianie wsparcia w wejściu na rynek pracy w porozumieniu z Centrum Kariery i Przedsiębiorczości. Osoby zdiagnozowane ze spektrum autyzmu, ADHD, chorujące psychicznie i z innymi szczególnymi potrzebami mogą skorzystać ze stałego wsparcia asystenta edukacyjnego, z którym realizowany jest indywidualny program wsparcia.

Istotnym i wyróżniającym się elementem systemu wsparcia studentów jest instytucja Anioła CDV. Osoba będąca opiekunem kandydatów i studentów I roku jest odpowiednio przygotowana i przeszkolona do świadczenia pomocy. Zdaniem studentów wsparcie to jest wyjątkowe, odbywa się w sposób empatyczny, efektywny i ze zrozumieniem indywidualnych i niekiedy wyróżniających się potrzeb studentów. Anioł poza bieżącym działaniem podejmuje również interwencje w sytuacji, gdy u danego studenta/kandydata pojawia się sytuacja o trudnym charakterze, wymagająca wsparcia mentalnego i organizacyjnego. Anioł CDV jest osobą, która wspiera studentów w całym wachlarzu spraw i możliwości - od wsparcia w napisaniu podania lub wniosku po pomoc w założeniu koła naukowego. W opinii Zespołu Oceniającego wsparcie to zasługuje na wyróżnienie, ze względu na

szczególnie empatyczne, ludzkie i rzeczowe podejście do studentów zarówno znajdujących się przejściowo lub stale w trudnej sytuacji życiowej, jak również tych, którzy chcą poszerzyć swoje horyzonty i wachlarz działań związanych z Uczelnią.

Studentom zapewnia się możliwość zgłaszania skarg i wniosków w ramach ustandaryzowanych procedur wprowadzonych stosownymi zarządzeniami rektora. Studenci mogą zgłosić swoją sprawę do opiekuna roku, władz dziekańskich i rektorskich, przedstawicieli samorządu studenckiego lub w ramach organizowanych ankiet studenckich. W zależności od rodzaju wniosku sprawy są bezpośrednio rozpatrywane lub kierowane do odpowiedniego organu posiadającego odpowiedni zakres kompetencji. W uczelni prowadzone są wysoce rozwinięte działania mające na celu przeciwdziałaniu wszelkim formom dyskryminacji i przemocy. W uczelni obowiązują przepisy związane z ochroną małoletnich oraz procedura zgłaszania naruszenia prawa i podejmowania działań następczych. W uczelni funkcjonują Komisje Dyscyplinarne i inne organy dbające o zapewnienie bezpieczeństwa i równości w uczelni. W ramach systemu wsparcia studenci są edukowani w zakresie bezpieczeństwa i postępowaniach w sytuacjach dyskryminacji lub zagrożenia niebezpieczeństwem.

System wsparcia uwzględnia kompleksowe wsparcie administracyjne dla studentów kierunku. Sprawami studentów danego trybu, kierunku i poziomu studiów zajmują się pracownicy Dziekanatu. Pracownicy administracyjni wyróżniają się wysokimi kompetencjami, profesjonalnym i serdecznym podejściem do studentów. Wsparcie administracyjne jest zapewniane również w ramach pracy pozostałych jednostek, takich jak m.in.: Centrum Inkluzyności, Welcome Point, Biblioteka, Czytelnia i innych.

Na Uczelni funkcjonuje Samorząd Studencki, który stanowi istotny element w społeczności akademickiej. Samorząd organizuje wiele projektów takich jak: Dni Kół Naukowych, zbiórki charytatywne, warsztaty, galę nagród i inne wydarzenia oraz inicjatywy. Samorząd otrzymuje wsparcie finansowe, infrastrukturalne i organizacyjne od uczelni. Przedstawiciele samorządu ściśle współpracują z władzami dziekańskimi i władzami rektorskimi. Przedstawiciele studenccy wchodzi w skład wielu gremiów, między innymi Senatu, Komisji Stypendialnych, Komisji Dyscyplinarnych oraz w szeregu zespołów roboczych mających bezpośredni wpływ na funkcjonowanie kierunku i uczelni.

System wsparcia zapewniany w ramach kształcenia na ocenianym kierunku podlega monitoringowi oraz ewaluacji poszczególnych jego elementów. W ramach prowadzonych badań, studenci biorą udział w okresowych ankietach związanych z oceną nauczycieli akademickich, jakości zajęć dydaktycznych, treści programowych oraz innych elementów systemu wsparcia. Na podstawie prowadzonych badań i ewaluacji, przygotowujemy jest raport stanowiący podsumowanie wyników oraz podstawę do ewentualnych działań doskonalących i naprawczych na przykład zmiana platformy e-learningowej w związku ze zgłaszanymi skargami studentów oraz reorganizacja planów zajęć dydaktycznych.

**Zalecenia dotyczące kryterium 8 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

**Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 8**

Kryterium spełnione

## **Uzasadnienie**

System wsparcia na kierunku marketing internetowy działa z wykorzystaniem kompleksowych i wszechstronnych instrumentów, opracowanych zgodnie z potrzebami studentów. Uwzględnione zostały zróżnicowane formy merytorycznego, materialnego i organizacyjnego wsparcia studentów. Studentom oferuje się rozwiązania pozwalające i zachęcające do rozwoju zawodowego i aktywności na rynku pracy. System uwzględnia rozwiązania dla studentów wybitnych i rozwiązania motywujące do osiągania bardzo dobrych efektów uczenia się. Uwzględnione są zróżnicowane i indywidualne potrzeby studentów, w tym studentów znajdujących się stale lub przejściowo w trudnej sytuacji życiowej, a także studentów z niepełnosprawnościami. W ramach funkcjonującego systemu prowadzony jest przejrzysty system składania skarg i wniosków. System wsparcia uwzględnia działania informacyjne i edukacyjne w zakresie bezpieczeństwa studentów, jak również posiada zaimplementowane instrumenty antymobbingowe i prewencyjne względem sytuacji zagrażającymi zdrowiu i bezpieczeństwu społeczności akademickiej. Kadra administracyjna posiada odpowiednie kompetencje oraz w efektywny sposób wspiera studentów w kierunku w rozwiązywaniu spraw studenckich związanych z procesem kształcenia. Samorząd studencki i organizacje studenckie otrzymują odpowiednie wsparcie na rzecz podejmowanych działań. System wsparcia oraz proces kształcenia studentów podlega monitoringowi, a wyniki tych badań są wykorzystywane do doskonalenia jakości kształcenia i systemu wsparcia.

## **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Instytucja Anioła CDV to dedykowane kandydatom i studentom I roku studiów na kierunku marketing internetowy wielowymiarowe wsparcie cechujące się indywidualnym podejściem do każdej sprawy zgłaszanej przez studentów. Inicjatywa zasługuje na wyróżnienie ze względu na wysoki wpływ na adaptację w środowisku akademickim.

## **Rekomendacje**

Nie dotyczy.

## **Zalecenia**

Nie dotyczy.

## **Kryterium 9. Publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach**

### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 9**

Uczelnia posiada swoją stronę internetową, która jest dostępna publicznie dla wszystkich zainteresowanych. Informacje ogólnodostępne są publikowane na stronie internetowej Uczelni, a informacje dla studentów i wykładowców są dostępne w ramach Wirtualnej Uczelni. Strona jest responsywna dzięki czemu dobrze wyświetla się również na urządzeniach typu tablet czy smartphone. Jest dostosowana także do osób z niepełnosprawnością poprzez możliwość wielkości treści publikowanych na stronie. Uczelnia zleciła przeprowadzenie zewnętrznego audytu dostępności serwisu Collegium Da Vinci w Poznaniu w zakresie sprawdzenia zadeklarowanych poziomów dostępności dla poszczególnych wymagań WCAG 2.1, z którego wynika, że 90% kryteriów standardu zostało spełnionych lub nie dotyczą serwisu. W zakresie dostępności informacyjno-komunikacyjnej

Uczelnia zapewnia różnorodne dostępne kanały informacyjne w formie elektronicznej, audiowizualnej także w towarzystwie tłumacza migowego. Zapewnia komunikację w formie wnioskowanej przez osobę ze szczególnymi potrzebami. Uczelnia posiada system TOTUPOINT (ułatwia korzystanie z przestrzeni Uczeni, szczególnie osobom z dysfunkcją narządu wzroku, słuchu). Uczelnia posiada także swoje konto na portalach Facebook, YouTube, Instagram i LinkedIn, które wykorzystywane są jako kanały komunikacji ze studentami, absolwentami, pracownikami i potencjalnymi kandydatami. Analiza stanu faktycznego wskazuje, że oprócz wyżej wymienionych kanałów komunikacji na kierunku marketing internetowy istnieje jeszcze szerokie spektrum przekazywania informacji, wśród których można wymienić chociażby mailing lub serwisy uczelniane.

Za pośrednictwem strony internetowej Uczelni kandydaci na studia pierwszego i drugiego stopnia mogą uzyskać szczegółowe informacje na temat oferowanych kierunków, takich jak programy studiów, opisy specjalności (w przypadku studiów drugiego stopnia) oraz możliwości zawodowe po ukończeniu nauki. Kandydaci mają również dostęp do informacji o wymaganych kompetencjach na poszczególne kierunki, warunkach rekrutacji, niezbędnych dokumentach, regulaminie opłat i studiów, wzorze umowy oraz kalendarzu roku akademickiego. Dla obecnych studentów strona internetowa stanowi źródło informacji o harmonogramach zajęć, zasadach studiowania, dostępnych formach wsparcia (np. Centrum Kariery i Przedsiębiorczości, program Erasmus+), a także regulacjach dotyczących egzaminów i systemu stypendialnego. Wirtualna Uczelnia umożliwia studentom i pracownikom dostęp do takich zasobów, jak: zarządzenia, harmonogram roku akademickiego, plany zajęć, programy studiów, oceny, regulaminy oraz zasady przyznawania stypendiów. Użytkownicy znajdą tam również sylabusy, szczegółowe informacje o procesie dyplomowania, praktykach zawodowych i platformie e-learningowej. Dodatkowo Wirtualna Uczelnia zawiera dane kontaktowe do kluczowych jednostek uczelnianych (m.in. Dziekanatu, Centrum Kariery i Przedsiębiorczości, biblioteki czy Samorządu Studenckiego) oraz informacje o wsparciu dla studentów z niepełnosprawnościami, a także szczegóły dotyczące struktury i infrastruktury Uczelni. W Biuletynie Informacji Publicznej opublikowane są: statut Uczelni, zasady i tryb przyjmowania na studia, raporty PKA, regulaminy studiów, programy studiów, strategia Uczelni, listy rankingowe absolwentów, regulamin przeprowadzania obron poza siedzibą Uczelni, opłaty za studia, regulamin przeprowadzania egzaminów i zaliczeń mających na celu weryfikację osiągniętych przez studentów efektów uczenia się poza siedzibą Uczelni, regulamin przyznawania świadczeń pomocy materialnej dla studentów, regulamin zarządzania własnością intelektualną i zasady komercjalizacji.

Informacje publikowane są przez jednostki odpowiedzialne za ich przygotowanie lub są przez nie zatwierdzane. Wsparciem w procesie komunikacji Uczelni ze studentami jest wykorzystanie technologii AI w postaci chatbota.

Pozyskane w ten sposób informacje stanowią cenny materiał do usprawniania systemu komunikacji. Na przykład uwagi studentów o czasie oczekiwania na odpowiedzi z dziekanatu doprowadziły do stworzenia chatbota Leo. Narzędzie to, opracowane we współpracy z dziekanatem, opiekunami lat i opiekunami prac dyplomowych, udostępnia odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, co pozwala studentom szybciej uzyskać informacje dotyczące m.in. zaliczeń, obrony prac dyplomowych czy procedur administracyjnych. Studenci odegrali istotną rolę w procesie tworzenia chatbota, uczestnicząc w testach oraz nadając mu nazwę. Monitorowanie publicznego dostępu do informacji jest prowadzony w sposób ciągły z udziałem różnych grup interesariuszy – pracowników uczelni, w tym nauczycieli akademickich, a także studentów.



## **Zalecenia dotyczące kryterium 9 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 9**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Uczelnia zapewnia publiczny dostęp do informacji o programie studiów na kierunku marketing internetowy. Udostępniona informacja pozwala na łatwe jej odnalezienie przez odbiorców i zapoznanie się z nią. Zakres udostępnianej informacji jest dostosowany do potrzeb różnych grup odbiorców, a przede wszystkim kandydatów na studia, studentów i nauczycieli akademickich i innych osób prowadzących zajęcia. Forma udostępniania i publikacji treści spełnia kryteria dostępności cyfrowej informacji dla osób z niepełnosprawnością. Publikowane informacje nt. studiów obejmują: cel kształcenia, kompetencje oczekiwane od kandydatów, warunki przyjęcia na studia i kryteria kwalifikacji kandydatów, harmonogram rekrutacji, program studiów, w tym efekty uczenia się, opis procesu nauczania, charakterystykę systemu weryfikacji i oceniania efektów uczenia się, w tym uznawanie efektów uczenia się, a także zasady dyplomowania. Informacje publikowane o studiach obejmują również informacje dotyczące kształcenia prowadzonego z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość, a także wsparcia w tym zakresie oferowanego przez Uczelnię.

W celu zapewnienia jakości publikowanych informacji o studiach prowadzone jest monitorowanie aktualności, rzetelności, zrozumiałości, kompleksowości informacji oraz jej zgodności z potrzebami różnych grup odbiorców, a wyniki monitorowania są wykorzystywane do doskonalenia dostępności i jakości informacji o studiach.

#### **Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

#### **Rekomendacje**

Nie dotyczy.

#### **Zalecenia**

Nie dotyczy.

## **Kryterium 10. Polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów**

### **Analiza stanu faktycznego i ocena spełnienia kryterium 10**

Odpowiedzialność za kształcenie na kierunku marketing internetowy jest wielopoziomowa i – zgodnie z informacjami zawartymi w raporcie samooceny – opiera się na hierarchicznej strukturze odpowiedzialności. Kierunek marketing internetowy I i II stopnia prowadzony jest w ramach Collegium da Vinci w Poznaniu, na Wydziale Nauk Stosowanych w Katedrze Mediów Kreatywnych.

Na poziomie Uczelni nadzór nad Wewnętrznym Systemem Zapewnienia Jakości Kształcenia sprawuje Rektor. Ciałoami o charakterze doradczym są Kolegium Rektorskie i Władze Dziekańskie. Na poziomie Wydziału za jakość dydaktyki i realizację programów studiów odpowiada Dziekan (oraz jego zastępcy) sprawujący merytoryczny i administracyjny nadzór nad kierunkiem, a także Wydziałowa Komisja ds. Jakości Kształcenia. Wydziałowe organy sprawują nadzór nad przebiegiem procesu dydaktycznego oraz zapewniają zgodność programów z założonymi efektami uczenia się. W skład zespołu odpowiedzialnego za nadzór nad programami studiów wchodzi także Kierownicy Katedr, Kierunkowe zespoły dydaktyczne oraz Koordynatorzy modułów, którzy współpracują z nauczycielami akademickimi w zakresie monitorowania procesu realizacji programu studiów. W ramach katedry funkcjonuje natomiast zespół dydaktyczny, który bezpośrednio odpowiada za realizację i doskonalenie programu ocenianego kierunku. Struktura WSZJK jest określona w dokumencie Wewnętrzny System Zapewnienia Jakości Kształcenia. Dokument jest przyjmowany w trybie zarządzenia Rektora CDV. Najnowsza wersja przejęta została Zarządzeniem Rektora nr 41/2024 z dn. 30.09.2024 r. w sprawie wprowadzenia Wewnętrznego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia.

Istotnym elementem zapewnienia jakości kształcenia na Uczelni jest Zespół Metodyczny Collegium Da Vinci. Do zadań Zespołu należy wsparcie nauczycieli akademickich w doborze i projektowaniu odpowiedniej formy zajęć i metod weryfikacji, jak również wspieranie dydaktyków w zakresie przygotowania zajęć dydaktycznych z użyciem metod i technik na odległość.

Uznawanie efektów uczenia się zdobytych poza edukacją formalną odbywa się zgodnie z przepisami ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce oraz Regulaminem studiów Collegium Da Vinci. Procedura potwierdzenia tychże efektów uczenia się została w Uczelni sformalizowana i określona w Zarządzeniu Rektora Nr 37/2024 z dn. 24.09.2024 r. w sprawie wprowadzenia zasad potwierdzenia efektów uczenia się uzyskanych w procesie uczenia się poza systemem studiów.

Udział interesariuszy zewnętrznych w zapewnieniu i doskonaleniu jakości programu studiów na kierunku marketing internetowy jest zapewniony poprzez Prezydium Rady działające w ramach Rady Pracodawców. Prezydium Rady Pracodawców powoływane jest przez Rektora Uczelni. Do zadań Prezydium należy m.in.: opiniowanie nowych kierunków studiów oraz zmian w programach studiów w odniesieniu do wymogów stawianych przez rynek pracy oraz oczekiwań pracodawców w zakresie: profilu/sylwetki absolwenta, efektów uczenia się, koncepcji programów studiów oraz kierunku rozwoju oferty dydaktycznej Uczelni. Biorąc powyższe pod uwagę, jak również odnosząc się do opinii wyrażonej w kryterium 6 należy uznać, że zaangażowanie interesariuszy zewnętrznych w procesy zapewnienia jakości kształcenia na ocenianym kierunku jest znaczne i świadczy o wielopłaszczyznowej współpracy Uczelni z otoczeniem społecznym i biznesowych. Udział studentów w procesach zapewnienia i doskonalenia jakości kształcenia, w szczególności w doskonaleniu programu studiów wyraża się głównie w dostarczaniu informacji zwrotnej poprzez uczestnictwo w charakterze respondentów w badaniach ewaluacyjnych oraz poprzez nieformalne kanały komunikacyjne. Studenci posiadają również reprezentantów w uczelnianych i wydziałowych ciałach odpowiedzialnych z zapewnienie i doskonalenie jakości kształcenia.

Proces dyplomowania – jak zostało to obszernie wskazane w kryterium 3 – jest sformalizowany i uporządkowany. Jego zasady określają stosowne dokumenty, zarówno o charakterze ogólnouczelnianym, tym Regulamin studiów wprowadzony Uchwałą Senatu Collegium Da Vinci oraz Zarządzenie Rektora nr 41/2024 z dn. 30.09.2024 r. w sprawie wprowadzenia Wewnętrznego

Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia, jak i mających zastosowanie w ramach Wydziału Nauk Stosowanych, w tym: Zarządzenie Dziekana nr 8/2024 z dn. 26.09.2024 r. w sprawie zasad realizacji prac licencjackich na Wydziale Nauk Stosowanych oraz Zarządzenie Dziekana nr 10/2024 z dn. 26.09.2024 r. w sprawie zasad realizacji prac magisterskich na Wydziale Nauk Stosowanych, Zarządzenie Dziekana nr 11/2024 z dn. 26.09.2024 r. w sprawie zakresu egzaminu dyplomowego na kierunku marketing internetowy. O ile nie budzi zastrzeżeń procedura doboru tematów prac dyplomowych korespondujących z programem studiów, jak również z efektami uczenia się osiąganymi przez studenta (gdzie weryfikacja należy do zadań Wydziałowej Komisji ds. Zapewnienia Jakości Kształcenia), a także uwzględnione są zainteresowania naukowe opiekunów prac dyplomowych, o tyle dyskusyjny jest sam przebieg egzaminu dyplomowego. Wątpliwości w tym zakresie zostały sformułowane w formie rekomendacji do kryterium 3. Określone przez Uczelnię warunki egzaminu dyplomowego nie dają gwarancji końcowej weryfikacji efektów uczenia się z zakresu przedmiotowego kierunku i specjalności. Komisja przeprowadzając egzamin dyplomowy powinna weryfikować indywidualne efekty uczenia się uzyskane przez studenta przystępującego do egzaminu dyplomowego.

Ocena programu studiów odbywa się systematycznie ma charakter cykliczny (co semestr). Działania w tym zakresie obejmują: badania ankietowe studentów (ankieta satysfakcji studentów – co semestr), weryfikację sylabusów (co semestr), przegląd prac etapowych i zaliczeniowych (co semestr), hospitację zajęć dydaktycznych (nauczyciele akademicy uzyskujący niskie oceny są w pierwszym rzędzie wyznaczani do hospitacji zajęć) oraz analizę raportów z modułów kształcenia przekazywanych przez koordynatorów modułów. Istotną rolę w procesie monitoringu i doskonalenia programu studiów pełni opiekun roku, który – w sposób niesformalizowany, aczkolwiek cykliczny – spotyka się ze studentami zbierając informacje zwrotne o realizowanym programie studiów, a także zajęciach dydaktycznych. Informacje te przekazywane są kierownikowi katedry. Wdrożony przez Uczelnię proces monitorowania i doskonalenia programów studiów należy uznać za poprawny. Został on pozytywnie oceniony podczas spotkań zespołu oceniającego zarówno przez wykładowców, interesariuszy zewnętrznych, jak i studentów.

#### **Zalecenia dotyczące kryterium 10 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeśli dotyczy)**

Nie dotyczy.

#### **Propozycja oceny stopnia spełnienia kryterium 10**

Kryterium spełnione

#### **Uzasadnienie**

Jakkolwiek Wewnętrzny System Zapewnienia jakości w CDV ma charakter holistyczny i cechuje się kompleksowym podejściem do projektowania, wdrażania i monitorowania programu studiów, w tym także na ocenianym kierunku, o tyle dostrzeżone zostały obszary wymagające poprawy. Wątpliwości te zostały sformułowane w formie rekomendacji w obszarze:

1. kryterium 1 - w zakresie korekty (w warstwie logicznej i semantycznej) sformułowania części efektów kierunkowych z obszaru wiedzy dla studiów pierwszego stopnia, aby w efekcie ich brzmienie nie pozostawiało pola do domysłów lub swobodnej interpretacji;

2. kryterium 2 – w zakresie: 1) uzupełnienia w dokumentacji informacji o liczbie godzin i punktów ECTS przypisanych do studiów stacjonarnych II stopnia, wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów oraz zajęć do wyboru; 2) wprowadzenia zmian w kartach przedmiotu *praktyka zawodowa*, aby informacja o kryteriach zaliczenia była zrozumiała dla studentów i zgodna ze stanem faktycznym (zaliczenie nie jest na ocenę); 3) większego zróżnicowania efektów uczenia się dla poziomu studiów I i II stopnia; 4) aby studenci w czasie realizacji praktyki zawodowej mieli możliwość osiągnięcia wszystkich efektów uczenia się przypisanych praktykom;
  
3. kryterium 3 – w zakresie: 1) doprecyzowania zasad przeprowadzania egzaminu dyplomowego w sposób dających gwarancję końcowej weryfikacji efektów uczenia się z zakresu studiowanego kierunku; 2) zapewnienia w składzie komisji udziału osoby reprezentującej każdą ze wskazanych dyscyplin, do których przypisany został kierunek; 3) uzupełnienia informacji rekrutacyjnych o wymaganych kompetencjach kandydata, związanych z uczeniem się na odległość, a także posiadaniem przez niego właściwego sprzętu umożliwiającego ten rodzaj nauki, jak również o wsparciu oferowanym przez Uczelnię w zakresie dostępu do sprzętu niezbędnego w procesie kształcenia; 4) uwzględnienia przez Władze Uczelni praktyki powierzenia obowiązków opiekuna i/lub recenzenta pracy magisterskiej samodzielnemu pracownikowi naukowemu; 5) wprowadzenia mechanizmu kontrolującego rozkłady ocen uzyskiwanych przez studentów z poszczególnych zajęć.

**Dobre praktyki, w tym mogące stanowić podstawę przyznania uczelni Certyfikatu Doskonałości Kształcenia**

Nie dotyczy.

**Rekomendacje**

Nie dotyczy.

**Zalecenia**

Nie dotyczy.