

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia

Kierunek: MARKETING INTERNETOWY

A. Moduły ogólnouczeniiane obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORM A ZALICZ ENIA	Sala	Forma zajęć	SEME STR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ						
							RAZE M	w tym					
								WYKŁAD					
								C	K	W	E-L	S	
	Moduł językowy	Zo3				5	20	0	20	0	0	0	0
1	Język obcy	E3			3		20		20				
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							5	20	0	20	0	0	0

B. Moduły kierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORM A ZALICZ ENIA	Sala	Forma zajęć	SEME STR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ						
							RAZE M	w tym					
								WYKŁAD					
								C	K	W	E-L	S	
	Komercyjny i społeczny projekt medialny I					5	50	30	20	0	0	0	0
1	Podstawy pracy zespołowej	Zo	SK	C	1		20		20				
2	Konstruowanie story w medialnych projektach społecznych	Zo	Sk	Wykład	1		15	15					
3	Konstruowanie story w medialnych projektach komercyjnych	Zo	Sk	Wykład	1		15	15					
	Komercyjny i społeczny projekt medialny II					5	50	0	10	0	40	0	0

1	Internetowy projekt społeczny	Zo	Skomp	W	1		20				20			
2	Internetowy projekt komercyjny	Zo	SK	W	1		20				20			
3	Ewaluacja medialnych projektów komercyjnych i społecznych	Zo	Skomp	C	1		10		10					
	Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych						10	100	50	30	0	20	0	
1	Teorie komunikowania masowego w Sieci	E	SK	Wykład	1		30	30						
2	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe w przestrzeni Sieci	Zo	SK	Wykład	1		20	20						
3	Konstruowanie strategii komunikowania firm	Zo	SK	C	1		30		30					
4	Automatyzacja komunikowania w Internecie	Zo	Skomo	W	1		20				20			
	Psychologia mediów				1	5	50	25	0	25	0	0	0	
1	Koncepcje psychologiczne w aspekcie mediów i technologii	Zo	Sk	Wykład	1		25	25						
2	Rozwój psychologiczny człowieka, a media	Zo	Sk	K	1		25			25				
	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera I				1	5	50	0	0	0	50	0	0	
1	Podstawy XHTML i CSS dla Mediaworkerów	Zo	Skomp	W	1		25				25			
2	JavaScript w pracy Mediaworkera	Zo	Skomp	W	1		25				25			
	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera II					5	50	0	0	0	50	0	0	
1	Programowanie w języku PHP dla Mediaworkerów	Zo	Skomp	W	2		25				25			
2	MySQL w pracy Mediaworkera	Zo	Skomp	W	2		25				25			
	Media, a współczesny świat				2	5	50	25	0	25	0	0	0	
1	Media tradycyjne i elektroniczne - historia i znaczenie	Zo	Sk	Wykład	2		25	25						
2	Media, a globalne przemiany gospodarcze i społeczne	Zo	Sk	K	2		25			25				
	Analityka internetowa i UX w kontekście społecznym						10	100	40	20	0	40	0	
1	Narzędzia badania danych behawioralnych i deklaratywnych w mediach elektronicznych	E	Skomp	Wykład	2		20	20						
2	Architektura informacji i UX	Zo	Skomp	K	2		20		20					
3	Audyt i optymalizacja stron internetowych	Zo	Skomp	W	2		20				20			
4	Podstawy wizualizacji danych dla użytkowników	Zo	Wykład	Wykład	2		20	20						
5	Wizualizacja danych dla użytkowników	Zo	Skomp	W	2		20				20			
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							50	500	170	80	50	200	0	0

C. Moduły kierunkowe do wyboru

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORM A ZALICZ ENIA	Sala	Forma zajęć	SEME STR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ										
							RAZE M	w tym									
								WYKŁAD					C	K	W	E-L	S
	Moduł do wyboru I	Zo3			3	10	50	0	0	0	0	0	0				
1	Moduł do wyboru				3		50										
	Moduł do wyboru II	Zo4			4	10	50	0	0	0	0	0	0				
1	Moduł do wyboru				4		50										
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH						20	100	0	0	0	0	0	0				

C. Praktyki

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORM A ZALICZ ENIA	Sala	Forma zajęć	SEME STR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ										
							RAZE M	w tym									
								WYKŁAD					C	K	W	E-L	S
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I	Zo3			2	1	10	0	10	0	0	0	0				
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I				2		10		10								
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe II	Zo4			3	1	10	0	10	0	0	0	0				
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I				3		10		10								
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe III	Zo4			4	1	5	0	5	0	0	0	0				
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I				4		5		5								
	Wprowadzenie do praktyk	Zo4			2	1	16	1	0	0	0	15	0				
1	Spotkanie z koordynatorem				2		1	1									
	Przygotowanie do praktyk (e-learning)				2		5					15					
1	Praktyka zawodowe				4	15	360						360				

Ścieżka specjalizacyjna: E-COMMERCE MENAGER

D. Moduły specjalizacyjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENIA	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ										
							RAZEM	w tym					WYKŁAD				
								C	K	W	E-L	S	C	K	W	E-L	S
	Podstawy ekonomii, a nowe media					5	50	30	0	20	0	0	0	0			
1	Podstawy makroekonomii w handlu internetowym	E	SK	Wykład	2		15	15									
2	Podstawy mikroekonomii w handlu internetowym	Zo	SK	Wykład	2		15	15									
3	Wprowadzenie do finansów przedsiębiorstwa internetowego	Zo	SK	K	2		20			20							
	Zarządzanie firmą internetową w dobie nowych technologii					5	50	20	0	30	0	0	0	0			
1	Organizacja i zarządzanie w mediach	E	SK	Wykład	2		20	20									
2	Strategie zarządzania firmą internetową	Zo	SK	K	2		15			15							
3	Zarządzanie zespołem w pracy zdalnej i praca z klientem on-line	Zo	SK	K	2		15			15							
	Prawo handlowe, a nowe media					5	50	0	0	50	0	0	0	0			
1	Podstawy prawa handlowego a media	Zo	SK	K	3		25			25							
2	Prawo autorskie w Internecie a media	Zo	SK	K	3		25			25							
	Platformy sprzedażowe w Internecie					5	50	0	0	0	50	0	0	0			
1	Sklepy internetowe i sprzedaż w social media	Zo	Skomp	W	3		30				30						
2	Platformy aukcyjne i inne narzędzia e-handlu	Zo	Skomp	W	3		20				20						
	Konstruowanie komunikatów reklamowych na potrzeby e-commerce					5	50	0	0	0	50	0	0	0			
1	Konstruowanie reklamy video i animacji reklamowej w mediach	Zo	Skomp	W	4		30				30						
2	Konstruowanie reklamy graficznej i tekstowej w mediach	Zo	Skomp	W	4		20				20						
	Badania marketingowe wspierające sprzedaż on-line					5	50	20	15	0	15	0	0	0			
1	Podstawy badań marketingowych realizowanych w przestrzeni Sieci	E	SK	Wykład	3		20	20									
2	Analiza potrzeb klientów dla branży e-commerce	Zo	SK	C	3		15		15								
3	Konstruowanie oferty sprzedażowej z wykorzystaniem eyetrackera	W	Lab	W	3		15				15						
	Seminarium I	Zo		S	2	5	10	0	0	0	0	0	0	10			
	Seminarium II	Zo		S	3	5	10	0	0	0	0	0	0	10			

Seminarium III	Zo		S	4	5	10	0	0	0	0	0	10
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					45	330	70	15	100	115	0	30
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)					139	1351	241	140	150	315	15	390

Ścieżka specjalizacyjna: DZIENNIKARSTWO INTERNETOWE

D. Moduły specjalizacyjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENIA	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ										
							RAZEM	w tym									
								WYKŁAD									
								C	K	W	E-L	S					
	Prawne aspekty pracy dziennikarza internetowego					5	50	30	0	20	0	0	0				
1	Prawo autorskie w mediach internetowych	E	SK	Wykład	2		20	20									
2	Prawo prasowe w mediach internetowych	Zo	SK	K	2		20			20							
3	Etyczne aspekty dziennikarstwa internetowego	Zo	SK	Wykład	2		10	10									
	Podstawy dziennikarstwa internetowego					5	50	15	0	20	15	0	0				
1	Podstawy pracy dziennikarza internetowego	Zo	SK	Wykład	2		15	15									
2	Podstawy prezentacji i wystąpień publicznych on-line	Zo	SK	W	2		15				15						
3	Media relations w pracy dziennikarza internetowego	Zo	SK	K	2		20			20							
	Internetowa pracownia video					10	100	30	0	0	70	0	0				
1	Podstawy pracy z kamerą w studio nagraniowym	Zo	Lab	W	3		25				25						
2	Podstawy pracy z kamerą w terenie	Zo	Lab	W	3		25				25						
3	Podstawowe gatunki dziennikarskie	Zo	SK	Wykład	3		30	30									
4	Gatunki dziennikarskie - realizacja projektu audiowizualnego	Zo	Skomp	W	3		20				20						
	Internetowa pracownia prasowa					5	50	10	40	0	0	0	0				
1	Gatunki i formy prasowe w Internecie	E	SK	Wykład	3		10	10									
2	Tworzenie tekstu kreatywnego	Zo	Skomp	C	3		20		20								
3	Tworzenie tekstu dokumentalnego	Zo	Skomp	C	3		20		20								
	Internetowa pracownia radiowa i podcasting					5	50	10	0	0	40	0	0				
1	Gatunki radiowe w Internecie	E	Sk	Wykład	4		10	10									
2	Projektowanie przekazu dźwiękowego	Zo	Skomp	W	4		20				20						

3	Realizacja dźwięku i montaż	Zo	Skomp	W	4		20				20		
	Seminarium I	Zo		S	2	5	10	0	0	0	0	0	10
	Seminarium II	Zo		S	3	5	10	0	0	0	0	0	10
	Seminarium III	Zo		S	4	5	10	0	0	0	0	0	10
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH						45	330	95	40	40	125	0	30
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)						139	1351	266	165	90	325	15	390

B2. Moduł uzupełniający

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENIA	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ							
							RAZEM	w tym						
								WYKŁAD						
							C	K	W	PR	S			
	Moduł uzupełniający: Podstawy pracy Mediaworkera	Zo				10	100	25	25	25	25	0	0	
1	Podstawy psychologii i komunikacji społecznej	Zo	Sk	Wykład	1		25	25						
2	Public relations	Zo	Sk	K	1		25		25					
3	Rynki medialne w Polsce i na świecie	Zo	Sk	C	1		25	25						
4	Media społecznościowe w działalności internetowej	Zo	Skomp	W	1		25			25				
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH						10	100	25	25	25	25	0	0	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)						149	1451	291	190	115	350	15	390	

Legenda: formy zajęć	
WYKŁAD	wykład
C	ćwiczenia
K	konwersatoria
W/L	warsztat
E-L	e-learning
S	seminarium

Legenda: rodzaj Sali	
SK	Sala z krzesłami
Skomp	Sala komputerowa
Lab	Laboratorium