Plan studiów niestacjonarnych pierwszego stopnia

Kierunek: MARKETING INTERNETOWY (Mediaworking)

A. Moduły międzykierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW											
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK				III ROK			
														1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		5 SEM		6 SEM	
							WYKŁAD	C	K	W	E-L	S	Inne	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Moduł ogólny I	Zz		1	5	20					20				20										
1	BHP	Zz		1		5					5				5										
2	Ochrona własności intelektualnej	Zz		1		5					5				5										
3	Wstęp do studiowania	Zz		1		5					5				5										
4	Szkolenie biblioteczne	Zz		1		5					5				5										
	Moduł językowy I	Zo		2	5	30		20			10						30								
1	Język obcy	Zo		2		20		20									20								
2	Język obcy e-learning	Zz		2		10					10						10								
	Moduł językowy II	Zo		3	5	30		20			10								30						
1	Język obcy	Zo		3		20		20											20						
2	Język obcy e-learning	Zz		3		10					10								10						
	Moduł językowy III	Zo		4	5	30		20			10										30				
1	Język obcy	E		4		20		20													20				
2	Język obcy e-learning	Zz		4		10					10										10				
	Moduł technologiczny I	Zz		2	2	15					15						15								
1	Technologie informacyjne	Zz		2		15					15						15								
	Moduł technologiczny II	Zz		3	2	15					15								15						
1	Technologie informacyjne	Zz		3		15					15								15						
	Człowiek-Myśl-Społeczeństwo	Zz		3	1	10			10						30										
1	Filozofia dla każdego	Zo1		1		10			10						10										
2	Socjologia dla każdego	Zo1		1		10			10						10										
	Tutoring I	Zz1		1	1	15				15					15										
	Tutoring zespołowy	Zz1		1		15				15					15										
	Tutoring II	Zz2		2	1	25				25							25								
	Tutoring zespołowy	Zz2		2		25				25							25								
1	**Spotkanie z opiekunem roku 1**			1		2							2	2											
2	**Spotkanie z opiekunem roku 2**			2		2							2			2									
3	**Spotkanie z opiekunem roku 3**			3		2							2					2							
4	**Spotkanie z opiekunem roku 4**			4		2							2							2					
5	**Spotkanie z opiekunem roku 5**			5		2							2									2			
6	**Spotkanie z opiekunem roku 6**			6		2							2											2	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					**27**	**194**		**60**	**10**	**40**	**80**		**4**	**2**	**65**		**70**		**45**		**30**			**2**	

B. Moduły kierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW											
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK				III ROK			
														1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		5 SEM		6 SEM	
							WYKŁ	C	K	W	E-L	S	Inne	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Podstawy psychologii i komunikacji społecznej	Zo1			5	30	10	20	0	0	0	0	0	10	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Komunikacja społeczna	E1	SK	1		10	10							10											
2	Komunikacja społeczna w praktyce	Zo1	Sk	1		10		10							10										
3	Psychologia społeczna	Zo1	SK	1		10		10							10										
	Wprowadzenie do mediaworkingu (moduł projekt	Zo1			3	20	0	5	0	15	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Podstawy pracy projektowej i ocena kompetencji	E1	W	1		5		5							5										
2	Projekt zespołowy	Zo1	Skomp	1		15				15					15										
	Socialmedia	Zo1			9	60	8	0	0	52	0	0	0	8	52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Media społecznościowe	E1	SK	1		8	8							8											
2	Zarządzanie społecznością i społeczny kapitał sieci -	Zo1	Skomp	1		10				10					10										
3	Optymalizacja profili społecznościowych	Zo1	Skomp	1		12				12					12										
4	Buzz marketing w internecie	Zo1	Skomp	1		8				8					8										
5	Narzędzia social media	Zo1	Skomp	1		10				10					10										
6	Warsztat tworzenia kontentu	Zo1	Skomp	1		12				12					12										
	Marketing i techniki sprzedaży	Zo1			10	60	10	0	10	40	0	0	0	10	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Wprowadzenie do marketingu	E1	SK	1		10	10							10											
2	Podstawy marketingu i planowanie kampanii marke	ZO1	SK	1		20				20					20										
2	Kreowanie marki i wizerunku	Zo1	SK	1		10			10						10										
3	Event marketing	Zo1	Skomp	1		10				10					10										
4	Coaching sprzedażowy	Zo1	W	1		10				10					10										
	Rynki medialne	Zo2			5	30	10	0	20	0	0	0	0	0	0	10	20	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Rozwój mediów tradycyjnych	Zo2	SK	2		10			10								10								
2	Systemy medialne w polsce i na świecie	E2	SK	2		10	10									10									
4	Rynki reklamy medialnej	Zo2	SK	2		10			10								10								

	Narzędzia infomatyczne w reklamie sieciowej	Zo2			10	60	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Reklamy tekstowe	Zo2	Skomp	2		10				10							10								
2	Przygotowanie reklamy graficznej	Zo2	Lab (adobe)	2		10				10							10								
3	Analityka internetowa	Zo2	Skomp	2		20				20							20								
4	Marketing efektywnościowy (SEM, SEO, PPC)	Zo2	Skomp	2		20				20							20								
	Realizacja projektów audiowizualnych	Zo2			5	30	6	0	0	24	0	0	0	0	0	6	24	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Fotografia i video jako medium	E2	SK	2		6	6									6									
2	Zarys podstaw technicznych fotografii oraz wideo	Zo2	FOTO	2		6				6							6								
3	Podstawy preprodukcji i postprodukcji	Zo2	Skomp	2		9				9							9								
4	Fotoedycja i obróbka zdjęć	Zo2	Lab (adobe)	2		9				9							9								
	Prawo mediów i reklamy	Zo2			3	20	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Prawo mediów	Zo2	SK	2		10			10								10								
2	Prawo reklamy	Zo2	SK	2		10			10								10								
	Metody analizy rynku	Zo3			10	60	10	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	35	0	0	0	0	0	0
1	Podstawy badań marketingowych	E3	SK	3		10	10											5							
2	Metody badań medioznawczych	Zo3	SK	3		15		15											15						
3	Współczesne potrzeby konsumenckie	Zo3	SK	3		10		10											10						
4	Analiza działań konkurencji	Zo3	SK	3		10		10											10						
5	Statystyka w badaniach marketingowych i mediozn	Zo	Skomp			15				15									15						
	Warsztat kreatywności i twórczego myślenia	Zo3			5	30	0	12	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0
1	Design thinking	Zo3	W	3		12		12											12						
2	Trening kreatywności i stymulujacka twórczego my	Zo3	W	3		9				9									9						
3	Creative writing	Zo3	Skomp	3		9				9									9						
	Warsztaty medialne	Zo3			5	30	6	0	0	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	24	0	0	0	0
1	Gatunki medialne	E3	KS	4		6	6													6					
2	Warsztat prasowy	Zo3	Skomp	4		5				5											5				
3	Warsztat radiowy	Zo3	Skomp	4		7				7											7				
4	Warsztat telewizyjny	Zo3	Skomp	4		7				7											7				
5	Warsztat dziennikarstwa internetowego	Zo3	Skomp	4		5				5											5				
	Infobrokering i zarządzanie bazami danych	Zo4			5	30	6	0	0	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	24	0	0	0	0
1	Tworzenie i zarządzanie bazami danych	E4	SK	4		6	6													6					
2	Infobrokering i monitoring internetu	Zo4	Skomp	4		12				12											12				
3	Przygotowywanie raportu medialnego i infobrokers	Zo4	Skomp	4		9				9											9				
4	Pozyskiwanie informacji naukowej	Zo4	W	4		3				3											3				
	Public relations	Zo4			9	60	7	23	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	53	0	0	0	0
1	Podstawy public relations	E4	SK	4		7	7													7					
2	Warsztat rzecznika prasowego i organizacja biura p	Zo4	SK			10		10													10				
3	Media relations	Zo4	SK	4		13		13													13				
3	Corporate Social Responsibility	Zo4	Skomp	4		10				10											10				
4	Sponsoring w działalności public relations	Zo4	Skomp	4		13				13											13				
5	Internal PR	Zo4	W	4		7				7											7				
	Proseminarium	Zz4			1	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0
	Przestrzenie mediów i technologii	Zo5			5	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0
1	Psychologiczne konteksty internetu	E5	SK	5		9			9														9		
2	Kulturowe przestrzenie mediów i technologii	Zo5	SK	5		9			9														9		
3	Społeczne wymiary sieci	Zo5	SK	5		12			12														12		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					**90**	**555**	**78**	**95**	**80**	**287**				**28**	**142**	**16**	**124**	**5**	**65**	**24**	**101**		**30**		

C. Moduły międzykierunkowe do wyboru

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW											
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK				III ROK			
							WYKŁ							1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		5 SEM		6 SEM	
								C	K	W	E-L	S	Inne	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
1	**Moduł międzykierunkowy do wyboru 1**	Zo3		3	10	30													30						
2	**Moduł międzykierunkowy do wyboru 2**	Zo4		4	10	30															30				
2	**Moduł międzykierunkowy do wyboru 3**	Zo6		6	10	30																		30	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					**20**	**60**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**30**	**0**	**30**	**0**	**0**	**30**	**0**

D. Praktyki

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW											
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK				III ROK			
							WYKŁAD							1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		5 SEM		6 SEM	
								C	K	W	E-L	S	Inne	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe	Zz		3	1	10	0	0	0	10	0	0	0						10						
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I			3						10									10						
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe	Zz		4	1	10				10											10				
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I			4						10											10				
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe	Zz		5	1	5				5													5		
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I			5						5													5		
	Wprowadzenie do praktyk	Zz		3	1	16	1				15							1	14						
1	Spotkanie z koordynatorem	Zz		3			1											1							
2	Przygotowanie do praktyk (e-learning)	Zz		3							15								14						
	Praktyka zawodowe	Zz		6	21	500							500												500
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					**25**	**541**	**1**			**25**	**15**		**500**	**0**	**0**	**0**	**0**	**1**	**24**		**10**		**5**		**500**

Ścieżka specjalizacyjna: Social media manager

E. Moduły specjalnościowe

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW											
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK				III ROK			
														1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		5 SEM		6 SEM	
							WYKŁ	C	K	W	E-L	S	Inne	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Seminarium I	Zo5			5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0
1	Seminarium dyplomowe	Zo5	W	5		10						10											10		
	Communication design	Zo5			10	60	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	0	0
1	Web design	E5	Skom	5		12				12													12		
2	Typografia i projektowanie mediów	Zo5	Skomp	5		12				12													12		
3	Architektura informacji i UX design	Zo5	Skomp	5		12				**12**													12		
4	Corporate Identity	Zo5	Lab (adobe'	5		12				**12**													12		
5	Elementy programowania i projektowanie aplikacji	Zo5	Skomp	5		12				12													12		
	Reklama internetowa	Zo5			10	60	0	10	0	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	0	0
1	Reklama prasowa w sieci	E5	SK	5		10		10															12		
2	Grafika reklamowa	Zo5	Lab (adobe'	5		21				21													21		
3	Reklama w mediach społecznościowych i na stronac	Zo5	Skomp	5		18				18													18		
4	Reklama audiowizualna w internecie	Zo5	Skomp	5		11				11													9		
	Seminarium II	Zo6			5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
1	Seminarium dyplomowe	Zo6	W	6		10						10													10
	Zarządzanie zespołem	Zo6			10	60	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60
1	Budowanie relacji w zespole	E6	W	6		15				15															15
2	Metody projektowe	Zo6	W	6		15				15															15
3	Systemy motywacyjne	Zo6	SK	6		15				15															15
4	Techniki wpływu społecznego	Zo6	SK	6		15				15															15
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					**40**	**200**	**0**	**10**	**0**	**170**	**0**	**20**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**130**	**0**	**70**
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					**202**	**###**	**79**	**165**	**90**	**522**	**95**	**20**	**504**	**30**	**207**	**16**	**194**	**6**	**164**	**24**	**171**		**165**	**32**	**570**

WYKŁAD (W)	wykład
C	ćwiczenia
K	konwersatoria
W/L	warsztaty/laboratoria
E-L	e-learning
S	seminarium
Inne	inne - moduły do wyboru p

Legenda
W - sala warsztatowa (ułożenie stołów w podkowę)
SK - sale z krzesłami połączonymi z blatami
F - Fokusownia
Lab - Lab. komputerowe (specjalistyczne
SKomp - Sale komputerowe (podstawowe
Inne - proszę podać wymagania