

Plan studiów niestacjonarnych drugiego stopnia
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY
A. Moduły ogólnouczelniane obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENIA	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ					LATA STUDIÓW									
							RAZEM	WYKŁAD	w tym					I ROK				II ROK			
									C	K	W	E-L	S	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM	
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Moduł językowy	Zo3				5	20	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1	Język obcy	E3			3	20	20	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							5	20	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0

B. Moduły kierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENIA	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ					LATA STUDIÓW										
							RAZEM	WYKŁAD	w tym					I ROK				II ROK				
									C	K	W	E-L	S	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	
	Komercyjny i społeczny projekt medialny I					5	30	20	10	0	0	0	0	20	10	0	0	0	0	0	0	
1	Podstawy pracy zespołowej	Zo	SK	C	1	10	10	10						10								
2	Konstruowanie story w medialnych projektach społecznych	Zo	Sk	Wykład	1	10	10							10								
3	Konstruowanie story w medialnych projektach komercyjnych	Zo	Sk	Wykład	1	10	10							10								
	Komercyjny i społeczny projekt medialny II					5	30	0	10	0	20	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0	
1	Internetowy projekt społeczny	Zo	Skomp	W	1	10				10				10								
2	Internetowy projekt komercyjny	Zo	SK	W	1	10				10				10								
3	Ewaluacja medialnych projektów komercyjnych i społecznych	Zo	Skomp	C	1	10		10						10								
	Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych					10	60	25	20	0	15	0	0	25	35	0	0	0	0	0	0	
1	Teorie komunikowania masowego w Sieci	E	SK	Wykład	1	15	15							15								
2	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe w przestrzeni Sieci	Zo	SK	Wykład	1	10	10							10								
3	Konstruowanie strategii komunikowania firm	Zo	SK	C	1	20		20						20								
4	Automatyzacja komunikowania w Internecie	Zo	Skomo	W	1	15				15				15								
	Psychologia mediów				1	5	30	15	0	15	0	0	0	15	15	0	0	0	0	0	0	
1	Koncepcje psychologiczne w aspekcie mediów i technologii	Zo	Sk	Wykład	1	15	15							15								
2	Rozwój psychologiczny człowieka, a media	Zo	Sk	K	1	15			15					15								
	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera I				1	5	30	0	0	0	30	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0	
1	Podstawy XHTML i CSS dla Mediaworkerów	Zo	Skomp	W	1	15				15				15								
2	JavaScript w pracy Mediaworkera	Zo	Skomp	W	1	15				15				15								
	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera II				5	30	0	0	0	30	0	0	0	0	0	30	0	0	0	0	0	
1	Programowanie w języku PHP dla Mediaworkerów	Zo	Skomp	W	2	15				15						15						
2	MySQL w pracy Mediaworkera	Zo	Skomp	W	2	15				15						15						
	Media, a współczesny świat				2	5	30	15	0	15	0	0	0	0	0	15	15	0	0	0	0	
1	Media tradycyjne i elektroniczne - historia i znaczenie	Zo	Sk	Wykład	2	15	15									15						
2	Media, a globalne przemiany gospodarcze i społeczne	Zo	Sk	K	2	15			15							15						
	Analitka internetowa i UX w kontekście społecznym					10	60	20	15	0	25	0	0	0	0	20	40	0	0	0	0	
1	Narzędzia badania danych behawioralnych i deklaracyjnych w mediach	E	Skomp	Wykład	2	10	10								10							
2	Architektura informacji i UX	Zo	Skomp	C	2	15		15								15						
3	Audyt i optymalizacja stron internetowych	Zo	Skomp	W	2	15				15						15						
4	Podstawy wizualizacji danych dla użytkowników	Zo	Wykład	Wykład	2	10	10								10							
5	Wizualizacja danych dla użytkowników	Zo	Skomp	W	2	10				10						10						
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							50	300	95	55	30	120	0	0	60	120	35	85	0	0	0	0

1	Konstruowanie reklamy video i animacji reklamowej w mediach	Zo	Skomp	W	4		20					20									20	
2	Konstruowanie reklamy graficznej i tekstowej w mediach	Zo	Skomp	W	4		10					10									10	
Badania marketingowe wspierające sprzedaż on-line																						
						5	30	10	10	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	20
1	Podstawy badań marketingowych realizowanych w przestrzeni Sieci	E	SK	Wykład	3		10	10													10	
2	Analiza potrzeb klientów dla branży e-commerce	Zo	SK	C	3		10		10												10	
3	Konstruowanie oferty sprzedażowej z wykorzystaniem eyetrackera	W	Lab	W	3		10				10										10	
	Seminarium I	Zo		S	2	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	10	0	0	0	0	
	Seminarium II	Zo		S	3	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10	0	0	
	Seminarium III	Zo		S	4	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	10	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							45	210	40	10	60	70	0	30	0	0	30	40	0	70	10	60
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)							139	991	136	110	90	190	15	390	60	120	65	151	0	130	10	455

Specjalizacja: DZIENNIKARSTWO INTERNETOWE																						
D. Moduły specjalizacyjne																						
LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENI A	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ						LATA STUDIÓW									
							RAZEM	WYK	w tym					I ROK				II ROK				
									C	K	W	PR	S	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM		
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF	
	Prawne aspekty pracy dziennikarza internetowego					5	30	20	0	10	0	0	0	0	0	0	0	20	10	0	0	0
1	Prawo autorskie w mediach internetowych	E	SK	Wykład	2	12	12										12					
2	Prawo prasowe w mediach internetowych	Zo	SK	K	2	10			10									10				
3	Etyczne aspekty dziennikarstwa internetowego	Zo	SK	Wykład	2	8	8										8					
	Podstawy dziennikarstwa internetowego					5	30	10	0	10	10	0	0	0	0	0	10	20	0	0	0	0
1	Podstawy pracy dziennikarza internetowego	Zo	SK	Wykład	2	10	10										10					
2	Podstawy prezentacji i wystąpień publicznych on-line	Zo	SK	W	2	10				10								10				
3	Media relations w pracy dziennikarza internetowego	Zo	SK	K	2	10			10									10				
	Internetowa pracownia video					10	60	20	0	0	40	0	0	0	0	0	0	20	40	0	0	
1	Podstawy pracy z kamerą w studio nagraniowym	Zo	Lab	W	3	15				15									15			
2	Podstawy pracy z kamerą w terenie	Zo	Lab	W	3	15				15									15			
3	Podstawowe gatunki dziennikarskie	Zo	SK	Wykład	3	20	20											20				
4	Gatunki dziennikarskie - realizacja projektu audiowizualnego	Zo	Skomp	W	3	10				10									10			
	Internetowa pracownia prasowa					5	30	10	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	20	
1	Gatunki i formy prasowe w Internecie	E	SK	Wykład	3	10	10													10		
2	Tworzenie tekstu kreatywnego	Zo	Skomp	C	3	10		10													10	
3	Tworzenie tekstu dokumentalnego	Zo	Skomp	C	3	10		10													10	
	Internetowa pracownia radiowa i podcasting					5	30	10	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	10	20	
1	Gatunki radiowe w Internecie	E	Sk	Wykład	4	10	10													10		
2	Projektowanie przekazu dźwiękowego	Zo	Skomp	W	4	10				10											10	
3	Realizacja dźwięku i montaż	Zo	Skomp	W	4	10				10											10	
	Seminarium I	Zo		S	2	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	10	0	0	0	0	
	Seminarium II	Zo		S	3	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10	0	0	
	Seminarium III	Zo		S	4	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	10	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							45	210	70	20	20	70	0	30	0	0	30	40	20	50	20	50
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)							139	991	166	120	50	190	15	390	60	120	65	151	20	110	20	445

B2. Moduł uzupełniający																					
LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENI A	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ						LATA STUDIÓW								
							RAZEM	WYK	w tym					I ROK				II ROK			
									C	K	W	PR	S	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM	
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF

Moduł uzupełniający: Podstawy pracy Mediaworkera				Zo				10	100	15	15	15	15	0	0	0	15	0	0	0	0	0	
1	Podstawy psychologii i komunikacji społecznej	Zo	Sk	Wykład	1			15	15							15							
2	Public relations	Zo	Sk	K	1			15			15						15						
3	Rynki medialne w Polsce i na świecie	Zo	Sk	C	1			15		15							15						
4	Media społecznościowe w działalności internetowej	Zo	Skomp	W	1			15				15					15						
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH								10	60	15	15	15	15	0	0	15	45	0	0	0	0	0	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)								149	1051	181	135	65	205	15	390	75	165	65	151	20	110	20	445

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