

Plan studiów stacjonarnych 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	20	0	0	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							5	20	0	20	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	50	30	20	0	0	0	0	30	20	0	0	0	0	0	
1	Podstawy pracy zespołowej	Zo	SK	C	1	20	20	20	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	
2	Konstruowanie story w medialnych projektach społecznych	Zo	Sk	Wykład	1	15	15						15								
3	Konstruowanie story w medialnych projektach komercyjnych	Zo	Sk	Wykład	1	15	15						15								
	Komercyjny i społeczny projekt medialny II					5	50	0	10	0	40	0	0	0	50	0	0	0	0	0	
1	Internetowy projekt społeczny	Zo	Skomp	W	1	20	20			20			20	0	0	0	0	0	0	0	
2	Internetowy projekt komercyjny	Zo	SK	W	1	20	20			20			20	0	0	0	0	0	0	0	
3	Ewaluacja medialnych projektów komercyjnych i społecznych	Zo	Skomp	C	1	10	10	10					10	0	0	0	0	0	0	0	
	Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych					10	100	50	30	0	20	0	0	50	50	0	0	0	0	0	
1	Teorie komunikowania masowego w Sieci	E	SK	Wykład	1	30	30						30	0	0	0	0	0	0	0	
2	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe w przestrzeni Sieci	Zo	SK	Wykład	1	20	20						20	0	0	0	0	0	0	0	
3	Konstruowanie strategii komunikowania firm	Zo	SK	C	1	30	30	30					30	0	0	0	0	0	0	0	
4	Automatyzacja komunikowania w Internecie	Zo	Skomo	W	1	20	20			20			20	0	0	0	0	0	0	0	
	Psychologia mediów				1	5	50	25	0	25	0	0	0	25	25	0	0	0	0	0	
1	Koncepcje psychologiczne w aspekcie mediów i technologii	Zo	Sk	Wykład	1	25	25						25	0	0	0	0	0	0	0	
2	Rozwój psychologiczny człowieka, a media	Zo	Sk	K	1	25	25			25			25	0	0	0	0	0	0	0	
	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera I				1	5	50	0	0	0	50	0	0	0	50	0	0	0	0	0	
1	Podstawy XHTML i CSS dla Mediaworkerów	Zo	Skomp	W	1	25	25			25			25	0	0	0	0	0	0	0	
2	JavaScript w pracy Mediaworkera	Zo	Skomp	W	1	25	25			25			25	0	0	0	0	0	0	0	
	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera II				5	50	0	0	0	50	0	0	0	0	0	50	0	0	0	0	
1	Programowanie w języku PHP dla Mediaworkerów	Zo	Skomp	W	2	25	25			25			25	0	0	0	0	0	0	0	
2	MySQL w pracy Mediaworkera	Zo	Skomp	W	2	25	25			25			25	0	0	0	0	0	0	0	
	Media, a współczesny świat				2	5	50	25	0	25	0	0	0	0	0	25	25	0	0	0	
1	Media tradycyjne i elektroniczne - historia i znaczenie	Zo	Sk	Wykład	2	25	25						25	0	0	0	0	0	0	0	
2	Media, a globalne przemiany gospodarcze i społeczne	Zo	Sk	K	2	25	25			25			25	0	0	0	0	0	0	0	
	Analityka internetowa i UX w kontekście społecznym					10	100	40	20	0	40	0	0	0	0	40	60	0	0	0	
1	Narzędzia badania danych behawioralnych i deklaracyjnych w mediach	E	Skomp	Wykład	2	20	20						20	0	0	0	0	0	0	0	
2	Architektura informacji i UX	Zo	Skomp	K	2	20	20	20					20	0	0	0	0	0	0	0	
3	Audyt i optymalizacja stron internetowych	Zo	Skomp	W	2	20	20			20			20	0	0	0	0	0	0	0	
4	Podstawy wizualizacji danych dla użytkowników	Zo	Wykład	Wykład	2	20	20						20	0	0	0	0	0	0	0	
5	Wizualizacja danych dla użytkowników	Zo	Skomp	W	2	20	20			20			20	0	0	0	0	0	0	0	
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							50	500	170	80	50	200	0	0	105	195	65	135	0	0	0

2	Konstruowanie reklamy graficznej i tekstowej w mediach	Zo	Skomp	W	4		20				20										20	
Badania marketingowe wspierające sprzedaż on-line							5	50	20	15	0	15	0	0	0	0	0	0	0	0	20	30
1	Podstawy badań marketingowych realizowanych w przestrzeni Sieci	E	SK	Wykład	3		20	20													20	
2	Analiza potrzeb klientów dla branży e-commerce	Zo	SK	C	3		15		15												15	
3	Konstruowanie oferty sprzedaży z wykorzystaniem eyetrackera	W	Lab	W	3		15				15										15	
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	330	70	15	100	115	0	30	0	0	50	60	0	110	20	90
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)							139	1351	241	140	150	315	15	390	105	195	115	221	0	190	20	505

Ścieżka specjalizacyjna: DZIENNIKARSTWO INTERNETOWE

D. Moduły specjalizacyjne

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENI A	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ						LATA STUDIÓW											
							RAZEM	WYKŁ	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			
Prawne aspekty pracy dziennikarza internetowego							5	50	30	0	20	0	0	0	0	0	0	0	30	20	0	0	0	0
1	Prawo autorskie w mediach internetowych	E	SK	Wykład	2	20	20									20								
2	Prawo prasowe w mediach internetowych	Zo	SK	K	2	20			20								20							
3	Etyczne aspekty dziennikarstwa internetowego	Zo	SK	Wykład	2	10	10									10								
Podstawy dziennikarstwa internetowego							5	50	15	0	20	15	0	0	0	0	15	35	0	0	0	0		
1	Podstawy pracy dziennikarza internetowego	Zo	SK	Wykład	2	15	15									15								
2	Podstawy prezentacji i wystąpień publicznych on-line	Zo	SK	W	2	15				15							15							
3	Media relations w pracy dziennikarza internetowego	Zo	SK	K	2	20			20								20							
Internetowa pracownia video							10	100	30	0	0	70	0	0	0	0	0	0	30	70	0	0		
1	Podstawy pracy z kamerą w studio nagraniowym	Zo	Lab	W	3	25					25								25					
2	Podstawy pracy z kamerą w terenie	Zo	Lab	W	3	25					25								25					
3	Podstawowe gatunki dziennikarskie	Zo	SK	Wykład	3	30	30											30						
4	Gatunki dziennikarskie - realizacja projektu audiowizualnego	Zo	Skomp	W	3	20					20								20					
Internetowa pracownia prasowa							5	50	10	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	40		
1	Gatunki i formy prasowe w Internecie	E	SK	Wykład	3	10	10													10				
2	Tworzenie tekstu kreatywnego	Zo	Skomp	C	3	20			20													20		
3	Tworzenie tekstu dokumentalnego	Zo	Skomp	C	3	20			20													20		
Internetowa pracownia radiowa i podcasting							5	50	10	0	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	10	40		
1	Gatunki radiowe w Internecie	E	Sk	Wykład	4	10	10													10				
2	Projektowanie przekazu dźwiękowego	Zo	Skomp	W	4	20				20												20		
3	Realizacja dźwięku i montaż	Zo	Skomp	W	4	20				20												20		
Seminarium I		Zo		S	2	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	10	0	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	0		
Seminarium III		Zo		S	4	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH							45	330	95	40	40	125	0	30	0	0	45	65	30	80	20	90		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)							139	1351	266	165	90	325	15	390	105	195	110	226	30	160	20	505		

B2. Moduł uzupełniający

LP.	NAZWA MODUŁU/ NAZWA KURSU	FORMA ZALICZENI A	Sala	Forma zajęć	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ						LATA STUDIÓW								
							RAZEM	WYKŁ	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	25	25	25	25	0	0	0	25	0	0	0	0	0	0	
1	Podstawy psychologii i komunikacji społecznej	Zo	Sk	Wykład	1		25	25						25								
2	Public relations	Zo	Sk	K	1		25			25					25							
3	Rynki medialne w Polsce i na świecie	Zo	Sk	C	1		25		25						25							
4	Media społecznościowe w działalności internetowej	Zo	Skomp	W	1		25				25				25							
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH						10	100	25	25	25	25	0	0	25	75	0	0	0	0	0	0	0
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (łącznie)						149	1451	291	190	115	350	15	390	130	270	110	226	30	160	20	505	

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