

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2022-2024
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY
A. Moduły ogólnouczelniane obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Moduł Językowy	O		5	20
	Język obcy	E	3		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				5	20

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2022-2024
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY
B. Moduły kierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Komercyjny i społeczny projekt medialny			10	50
	Podstawy pracy zespołowej	O	1		
	Konstruowanie story w medialnych projektach społecznych i komercyjnych	O	1		
	Internetowy projekt społeczny i komercyjny z ewaluacją	O	1		
2	Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych			10	50
	Komunikowanie masowe, międzynarodowe i międzykulturowe w przestrzeni Sieci	O	1		
	Konstruowanie strategii komunikowania firm	O	1		
	Automatyzacja komunikowania w Internecie	O	1		
3	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera I			5	50
	Podstawy XHTML i CSS dla Mediaworkerów	O	1		
	JavaScript w pracy Mediaworkera	O	1		
4	Programowanie w Internecie na potrzeby pracy Mediaworkera II			5	50
	Programowanie w języku PHP dla Mediaworkerów	O	1		
	MySQL w pracy Mediaworkera	O	1		
5	Media w aspektach psychologiczno-społecznych		2	10	50
	Media tradycyjne i elektroniczne - historia i znaczenie w kontekście globalnych przemian gospodarczo-społecznych	O	2		
	Koncepcje psychologiczne w aspekcie mediów i technologii	O	2		
6	Analityka internetowa i UX w kontekście społecznym			10	100
	Narzędzia badania danych behawioralnych i deklaracyjnych w mediach elektronicznych	E	2		
	Architektura informacji i UX	O	2		
	Audyt i optymalizacja stron internetowych	O	2		
	Podstawy wizualizacji danych dla użytkowników	O	2		
	Wizualizacja danych dla użytkowników	O	2		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				50	350

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2022-2024					
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY					
C. Moduły kierunkowe do wyboru					

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Moduł do wyboru I	O	3	10	50
	Moduł do wyboru		3		
2	Moduł do wyboru II	O	4	10	50
	Moduł do wyboru		4		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				20	100

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2022-2024					
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY					
D. Praktyki					

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Wprowadzenie do praktyk	O	2	1	16
	Spotkanie z koordynatorem				
	Przygotowanie do praktyk				
2	Symulacje praktyczne przygotowujące do zawodu	O	2	3	30
	Portfolio i podstawy symulacji praktycznych		2		
3	Praktyki zawodowe	O	4	15	360
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				19	406

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2022-2024
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY
Ścieżka specjalizacyjna: E-COMMERCE MENAGER
E. Moduły specjalizacyjne

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Podstawy ekonomii a nowe media			5	50
	Podstawy makroekonomii w handlu internetowym	E	2		
	Podstawy mikroekonomii w handlu internetowym	O	2		
	Wprowadzenie do finansów przedsiębiorstwa internetowego	O	2		
2	Seminarium I	O	2	5	10
	Seminarium I	O	2		
3	Zarządzanie firmą internetową w dobie nowych technologii			5	50
	Organizacja i zarządzanie w mediach	E	2		
	Strategie zarządzania firmą internetową	O	2		
	Zarządzanie zespołem w pracy zdalnej i praca z klientem on-line	O	2		
4	Badania marketingowe wspierające sprzedaż on-line			5	50
	Basics of Internet based marketing research	E	3		
	Analiza potrzeb klientów dla branży e-commerce	O	3		
	Konstruowanie oferty sprzedażowej z wykorzystaniem eyetrackera	W	3		
5	Platformy sprzedażowe w Internecie			5	50
	Sklepy internetowe i sprzedaż w social media	O	3		
	Platformy aukcyjne i inne narzędzia e-handlu	O	3		
6	Prawo handlowe a nowe media			5	50
	Podstawy prawa handlowego a media	O	3		
	Prawo autorskie w Internecie a media	O	3		
7	Seminarium II	O	3	5	25
	Seminarium II	O	3		
8	Konstruowanie komunikatów reklamowych na potrzeby e-commerce			5	50
	Konstruowanie reklamy video i animacji reklamowej w mediach	O	4		
	Konstruowanie reklamy graficznej i tekstowej w mediach	O	4		
9	Seminarium III	O	4	5	25
	Seminarium III	O	4		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				45	360
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH (W TYM 360h PRAKTYK)				139	1236

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2022-2024
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY
F. Moduł uzupełniający

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Moduł uzupełniający: Podstawy pracy Mediaworkera	O	1	10	100
	Podstawy psychologii i komunikacji społecznej	O	1		
	Public relations	O	1		
	Rynki medialne w Polsce i na świecie	O	1		
	Media społecznościowe w działalności internetowej	O	1		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				10	100

Legenda:

- Z - Zaliczenie
- E - Egzamin
- O - Zaliczenie na ocenę