

Plan studiów stacjonarnych pierwszego stopnia 2022-2025					
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY (Mediaworking)					
A. Moduły międzykierunkowe obligatoryjne					
LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Moduł ogólny I	Z	1	1	5
	BHP		1		
	biblioteka		1		
2	Tydzień integracyjny	Z	1	3	25
	Wprowadzenie do studiowania		1		
3	Moduł językowy I	O	2	5	50
	Język obcy		2		
	Język obcy e-learning		2		
4	Moduł językowy II	O	3	5	50
	Język obcy		3		
	Język obcy e-learning		3		
5	Moduł językowy III	E	4	5	50
	Język obcy		4		
	Język obcy e-learning		4		
6	Tutoring I	Z	1	3	21
	Tutoring grupowy		1		
	Tutoring indywidualny		1		
7	Tutoring II	Z	2	3	20
	Tutoring grupowy		2		
	Tutoring indywidualny		2		
8	WF	Z	1		30
	Wychowanie fizyczne		1		
10	WF	Z	1		30
	Wychowanie fizyczne		1		
11	Kompetencje przyszłości 1 (kreatywność i współpraca w zespole)	O	1	5	50
	Podstawy kreatywności		1		
	Warsztat kreatywny		1		
12	Kompetencje przyszłości 2 (przedsiębiorczość, mobilność zawodowa, elastyczność)	O	2	5	50
	Współczesne otoczenie rozwoju przedsiębiorczości (finanse, elementy prawa i podstaw przedsiębiorczości)		2		
	Przedsiębiorczość warsztaty - case study		2		
13	Kompetencje przyszłości 3 (krytyczne myślenie, organizacja pracy własnej i radzenie ze stresem)	O	2	5	50
	Człowiek w świecie wielokulturowym (PBL, filozofia, logika, sztuczna inteligencja)		2		
	PBL w praktyce - rozwiązywanie rzeczywistych problemów		2		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				40	431

Plan studiów stacjonarnych pierwszego stopnia 2022-2025

Kierunek: MARKETING INTERNETOWY (Mediaworking)

B. Moduły kierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Marketing i techniki sprzedaży	O	1	5	50
	Podstawy marketingu i planowanie kampanii marketingowej		1		
	Kreowanie marki i wizerunku		1		
2	Zarządzanie projektami marketingowymi	O	1	5	50
	Podstawy zarządzania projektami		1		
	Projekt zespołowy		1		
3	Public relations	O	1	5	50
	Public i Media relations		1		
	Warsztat rzecznika prasowego i organizacja biura prasowego		1		
4	Social media	O	2	5	50
	Wybrane narzędzia social media managera		2		
	Optymalizacja profili społecznościowych		2		
5	Nowe media	O	2	5	50
	Pracownia vlogowa		2		
	Warsztat dziennikarstwa internetowego		2		
6	Warsztat tworzenia contentu	O	2	5	50
	Social media storytelling z elementami video		2		
	Content marketing w Internecie		2		
7	Infobrokering i zarządzanie bazami danych	O	3	5	50
	Infobrokering i tworzenie baz danych		3		
	Przygotowywanie raportu medialnego i infobrokerskiego		3		
8	Realizacja projektów audiowizualnych	O	3	5	50
	Podstawy preprodukcji i postprodukcji		3		
	Fotoedycja i obróbka zdjęć		3		
9	Metody analizy rynku	O	4	5	50
	Podstawy badań marketingowych		4		
	Metody badań medioznawczych		4		
10	Reklama internetowa	O	4	5	50
	Reklama w mediach społecznościowych i na stronach www		4		
	Typografia i grafika reklamowa		4		
11	Communication design	O	5	5	50
	Web design		5		
	Architektura informacji i UX design		5		
12	Narzędzia informatyczne w marketingu internetowym	O	5	5	50
	Marketing efektywnościowy (SEM, SEO, ASO)		5		
	Marketing automation		5		
13	Proseminarium	O	4	1	5
	Proseminarium		4		
14	Seminarium 1	O	5	5	25
	Seminarium 1		5		
15	Seminarium 2	O	6	5	25
	Seminarium 2		6		
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				71	655

Plan studiów stacjonarnych pierwszego stopnia 2022-2025					
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY (Mediaworking)					
C. Moduły do wyboru					
LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Moduł międzykierunkowy do wyboru 1	O	3	5	50
2	Moduł międzykierunkowy do wyboru 2	O	3	5	50
3	Moduł międzykierunkowy do wyboru 3	O	3	5	50
4	Moduł międzykierunkowy do wyboru 4	O	4	5	50
5	Moduł międzykierunkowy do wyboru 5	O	4	5	50
6	Moduł międzykierunkowy do wyboru 6	O	4	5	50
7	Moduł międzykierunkowy do wyboru 7	O	5	5	50
8	Moduł międzykierunkowy do wyboru 8	O	5	5	50
9	Moduł międzykierunkowy do wyboru 9	O	5	5	50
10	Moduł międzykierunkowy do wyboru 10	O	6	5	50
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				50	500

Plan studiów stacjonarnych pierwszego stopnia 2022-2025					
Kierunek: MARKETING INTERNETOWY (Mediaworking)					
D. Praktyki					
LP.	NAZWA MODUŁU/Przedmioty	FORMA ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ
					RAZEM
1	Wprowadzenie do praktyk	Z	3	1	16
	Spotkanie z koordynatorem				
	Wprowadzenie do praktyk				
2	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I	Z	3	1	10
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I				
3	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe II	Z	4	1	10
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe II				
4	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe III	Z	5	1	5
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe III				
5	Symulacje praktyczne przygotowujące do zawodu	Z	5	5	50
	Portfolio i podstawy symulacji praktycznych				
6	Praktyki zawodowe	Z	6	29	700
	Praktyka u pracodawcy				
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH				38	791
LICZBA GODZIN NA KIERUNKU				199	2377

Legenda:

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