

kierunek Marketing

studia I stopnia

profil praktyczny

Studia niestacjonarne

rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu													Forma zaliczenia	ECTS
			KOD	Liczba godzin						Warsztat	Seminari um licencjackie	Praktyki studenc kie - profil praktycz ny	Lektorat	Wychow anie fizyczne	Razem		
				Wykład typ 1	Wykład typ 2	Wykład typ 3	Ćwiczeni a audytory jne	Ćwiczeni a informat yczne									
WT1	WT2	WT3	C	LI	WR	SL	PP	L	WF								
I	1	Ekonomia		30										30	Egzamin	6	
	1	Podstawy działalności biznesowej		18		12								30	Zaliczenie	6	
	1	Podstawy zarządzania		25		25								50	Egzamin	6	
	1	Rozwój umiejętności profesjonalnych				15								15	Zaliczenie	3	
	1	Statystyka w zarządzaniu		15		15								30	Egzamin	6	
	1	Wprowadzenie do rachunkowości		6		9								15	Egzamin	3	
			razem po 1. semestrze:											godzin: 170	p. ECTS: 30		
I	2	Język obcy w biznesie										36		36	Zaliczenie	3	
	2	Narzędzia informatyczne w zarządzaniu					15							15	Zaliczenie	4	
	2	Podstawy marketingu		9		6								15	Egzamin	3	
	2	Podstawy zarządzania procesami operacyjnymi		9		6								15	Zaliczenie	3	
	2	Prawo cywilne i handlowe		30										30	Egzamin	6	
	2	Spoleczne aspekty zarządzania		15										15	Zaliczenie	3	
	2	Wprowadzenie do finansów		6		9								15	Egzamin	3	
	2	Przedmiot humanistyczny*			18									18	Zaliczenie	5	
		razem po 2. semestrze:											godzin: 159	p. ECTS: 30			
II	3	Język obcy w biznesie										36		36	Egzamin	4	
	3	Marketing	20			20								40	Egzamin	4	
	3	Metodyka badań marketingowych	25			25								50	Egzamin	5	
	3	Negocjacje i zarządzanie konfliktem				15								15	Zaliczenie	3	
	3	TechMar-technologie cyfrowe w marketingu		9		6								15	Zaliczenie	3	
	3	Zachowania konsumentów		12				6						18	Egzamin	4	
	3	Zarządzanie marketingiem w praktyce						15						15	Zaliczenie	4	
			razem po 3. semestrze:											godzin: 189	p. ECTS: 27		
II	4	Praktyki									960			960	Zaliczenie	32	
	4	Seminarium licencjackie							4					4	Zaliczenie	1	
			razem po 4. semestrze:											godzin: 964	p. ECTS: 33		

III	5	Digital marketing	12				9					21	Egzamin	4
	5	Eksploracja danych marketingowych			15							15	Zaliczenie	3
	5	Group Field Project			15							15	Zaliczenie	3
	5	Marketing międzynarodowy	12				9					21	Egzamin	4
	5	Seminarium licencjackie						18				18	Zaliczenie	6
	5	Przedmiot do wyboru kierunkowy I		15	15							30	Zaliczenie	6
	5	Przedmiot do wyboru zewnętrzny [^]		15								15	Zaliczenie	3
razem po 5. semestrze:											godzin:	135	p. ECTS:	29
III	6	AI w reklamie	9		9							18	Zaliczenie	3
	6	eCommerce	8		14							22	Zaliczenie	4
	6	Komunikacja marketingowa w biznesie			15							15	Zaliczenie	3
	6	Seminarium licencjackie						18				18	Egzamin	8
	6	Wielowymiarowe analizy danych				15						15	Zaliczenie	4
	6	Przedmiot do wyboru kierunkowy II		15	15							30	Zaliczenie	6
	6	Wykład do wyboru oryginalny [^]		15								15	Zaliczenie	3
razem po 6. semestrze:											godzin:	133	p. ECTS:	31
											godzin:	1750	p. ECTS:	180

Przedmiot do wyboru (kierunkowy)

III	5/6	Budowanie relacji z klientami		15	15							50	Zaliczenie	6
	5/6	Customer Experience		15	15							50	Zaliczenie	6
	5/6	Influencer marketing i nowe media		15	15							50	Zaliczenie	6

Studenta obowiązuje dodatkowo szkolenie BHP i ppoz. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning)

Przedmioty, z których nie można wziąć warunku.

Zdalna forma prowadzenia zajęć

Stacjonarna/zdalna forma prowadzenia zajęć

* nazwa przedmiotu oraz szczegółowe treści kształcenia będą dostępne na dwa tygodnie przed rozpoczęciem roku akademickiego.

[^] wykaz przedmiotów podawany jest do wiadomości studentom przez dziekana minimum semestr przed realizacją przedmiotu.