

studia drugiego stopnia

tytuł zawodowy nadawany absolwentom

kierunek:

profil:

forma studiów:

magister

DIGITAL MARKETING

praktyczny

niestacjonarne

UDmZ/2024

Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2024/2025

L.p.	Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS				Godziny zajęć							I Rok										II Rok 1/2												
		Razem	w tym			Razem	w tym						sem 1					sem 2					sem 3												
			UB	PZ	ZD		W	K	C	L	P	eL	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS		
Przedmioty ogólnouniversyteckie																																			
1	Język obcy	8	2	0	2	60	0	0	0	36	0	24																							
2	Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	0	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4																						
Przedmioty podstawowe																																			
3	Etyka biznesu i marketingu	4	1	0	1	32	12	0	0	0	20	0	12																						
4	Critical thinking (ang)	1	1	0	1	10	10	0	0	0	0	0	10																						
5	Metodologia badań	2	1	1	1	20	0	10	10	0	0	0																							
6	Digital media	1	1	0	1	10	0	10	0	0	0	0																							
7	Podstawy digital marketingu	3	1	0	2	30	10	0	0	0	0	20	10																						
8	Design thinking	2	1	2	0	16	0	0	16	0	0	0																							
9	Content marketing	4	1	3	1	35	0	10	0	0	25	0																							
10	Nowe technologie w marketingu	3	1	2	1	30	0	10	0	0	20	0																							
11	Zarządzanie projektem marketingowym	3	1	2	0	32	0	0	12	0	20	0																							
Przedmioty kierunkowe																																			
12	Podstawy programmatic/RTB	4	1	3	1	30	0	10	0	0	20	0																							
13	Prawo internetu	1	1	0	1	12	0	12	0	0	0	0																							
14	Mediaplaning	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0																							
15	E-mail marketing	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																							
16	Display and Video advertising	2	1	2	0	18	0	0	18	0	0	0																							
17	Mobile marketing	1	1	0	1	14	0	14	0	0	0	0																							
18	Influencer marketing	1	1	0	1	10	0	10	0	0	0	0																							
19	Analityka webowa i user experience	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0																							
20	Search engine marketing	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0																							
21	Specyfika i wyzwania e-commerce	1	1	0	1	20	0	0	0	0	20	0																							
22	Kreacja na potrzeby social media	2	1	2	0	14	0	0	0	14	0	0																							
23	Przedmiot do wyboru 1	4	1	3	1	35	10	0	0	0	25	0																							
24	Przedmiot do wyboru 2	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																							
25	Przedmiot do wyboru 3	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																							
26	Przedmiot do wyboru 4	4	1	3	1	35	10	0	0	0	25	0																							
27	Przedmiot do wyboru 5	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																							
28	Przedmiot do wyboru 6	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																							
29	Seminarium dyplomowe	10	2	0	0	30	0	0	30	0	0	0																							
30	Praktyka zawodowa cz 1. (1,5 miesiąca)	8	8	8	0	240	0	0	240	0	0	0																							
31	Praktyka zawodowa cz 2. (1,5 miesiąca)	8	8	8	0	240	0	0	240	0	0	0																							
Razem		93	46	55	17	1079	56	86	188	50	155	64	36	62	60	0	85	20	30	10	24	77	18	25	12	32	10	0	51	32	45	32	31		

na kolor zielony oznaczono przedmioty wymagane do certyfikatu DIMAQ

Liczba godzin w semestrze

263

166

170

do wyboru 37%

liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych 5

ECTS UB - zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

ECTS PZ - zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne

ECTS ZD - kształcenie z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

egzamin

eL kształcenie na odległość z przewagą interakcji asynchronicznej

projekt zaliczany na ocenę

kształcenie na odległość z przewagą interakcji synchronicznej

zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne

studia drugiego stopnia

tytuł zawodowy nadawany absolwentom

kierunek:

profil:

forma studiów:

magister

DIGITAL MARKETING

praktyczny

niestacjonarne

Lp.	Przedmiot do wyboru 1 (wybór 1 z 2)	oferowany w semestrze
1	E-public relations	2
2	Konsument i jego zachowania	2

Lp.	Przedmioty do wyboru 2 i 3 (wybór 2 z 3)	oferowany w semestrze
1	Zarządzanie zespołem	2
2	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	2
3	Projektowanie uniwersalne	2

Lp.	Przedmiot do wyboru 4 (wybór 1 z 2)	oferowany w semestrze
1	Psychologia reklamy	3
2	Zrównoważony marketing	3

Lp.	Przedmioty do wyboru 5 i 6 (wybór 2 z 3)	oferowany w semestrze
1	Event marketing	3
2	Personal branding	3
3	Employer branding	3