####

#### Semestr 1

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | wykład | ćwiczenia | konwersatorium | seminarium | Łączna liczba godzin | punkty ECTS | forma zaliczenia |
| Autoprezentacja i etykieta biznesu |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Przywództwo i praca w zespołach |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Zarządzanie ekorozwojowe |  | 30 |  |  | 30 | 3 | zal./ocena |
| Zarządzanie marketingowe |  |  | 30 |  | 30 | 3 | egz. |
| Trendy rynkowe i praktyka biznesu I |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal. |
| Etyka w biznesie |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | egz. |
| Badania i analizy rynku |  | 16 |  |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Współczesny marketing cyfrowy |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal./ocena |
| Transformacja cyfrowa i modele biznesowe w Internecie |  |  | 30 |  | 30 | 3 | egz. |
| Cyfrowe zachowania konsumentów |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal./ocena |
| Przedmioty kierunkowe do wyboru\*\* |  |  | 32 |  | 32 | 3 | zal./ocena |
| Przedmioty do wyboru\*\*\* |  |  | 32 |  | 32 | 3 | zal./ocena |
| Ogółem | 0 | 46 | 262 |  | 308 | 30 |  |

Łączna liczba godzin: 308

Łączna liczba punktów ECTS: 30,0

\*W całym cyklu kształcenia student powinien zrealizować przedmioty ogólnouniwersyteckie w łącznej liczbie godzin nie niższej niż 30 i liczbie punktów ECTS nie mniejszej niż 5. UWAGA! Studenci studiów stacjonarnych wybierają OGUN-y humanistyczne za 3,5 ECTS z listy dedykowanej przez program ZIP. Pozostałe 1,5 ECTS należy wybrać z przedmiotów OGUN innych niż humanistyczne

Jednocześnie student jest zobowiązany do uzyskania łącznie min. 30 punktów ECTS w każdym z trzech semestrów studiów, włącznie z punktami ECTS dla przedmiotów ogólnouniwersyteckich

\*\*Do wyboru 2 z 7 przedmiotów kierunkowych

\*\*\* Do wyboru 2 przedmioty z puli wszystkich zajęć do wyboru

#### Semestr 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | wykład | ćwiczenia | konwersatorium | seminarium | Łączna liczba godzin | punkty ECTS | forma zaliczenia |
| Przedmioty ogólnouniwersyteckie\* |  |  | 45 |  | 45 | 5 | zal./ocena |
| Przedsiębiorczość |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal./ocena |
| Prawne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | egz. |
| Trendy rynkowe i praktyka biznesu II |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal. |
| Komunikacja omnichannel |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal./ocena |
| Kreacja treści cyfrowych |  |  | 30 |  | 30 | 3 | egz. |
| Proseminarium |  |  |  | 24 | 24 | 2 | zal. |
| Seminarium |  |  |  | 30 | 30 | 5 | zal. |
| Przedmioty kierunkowe do wyboru w języku angielskim\*\* |  |  | 32 |  | 32 | 3 | zal./ocena |
| Przedmioty do wyboru w języku angielskim\*\*\* |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Ogółem | 0 | 0 | 229 | 54 | 283 | 30 |  |

\*W całym cyklu kształcenia student powinien zrealizować przedmioty ogólnouniwersyteckie w łącznej liczbie godzin nie niższej niż 30 i liczbie punktów ECTS nie mniejszej niż 5. UWAGA! Studenci studiów stacjonarnych wybierają OGUN-y humanistyczne za 3,5 ECTS z listy dedykowanej przez program ZIP. Pozostałe 1,5 ECTS należy wybrać z przedmiotów OGUN innych niż humanistyczne

Jednocześnie student jest zobowiązany do uzyskania łącznie min. 30 punktów ECTS w każdym z trzech semestrów studiów, włącznie z punktami ECTS dla przedmiotów ogólnouniwersyteckich

\*\* Do wyboru 2 z 4 przedmiotów kierunkowych w języku angielskim

\*\*\* Do wyboru 1 przedmiot z puli wszystkich zajęć do wyboru

Łączna liczba godzin: 283

Łączna liczba punktów ECTS: 30,0

*Semestr 3*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | wykład | ćwiczenia | konwersatorium | seminarium | Łączna liczba godzin | punkty ECTS | forma zaliczenia |
| Technologie informacyjne w e-biznesie (IT) |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Prawne aspekty gospodarki cyfrowej |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | egz. |
| Kultura organizacyjna i zarządzanie międzykulturowe |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Trendy rynkowe i praktyka biznesu III |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal. |
| Analityka marketingowa i performance marketing |  |  | 30 |  | 30 | 3 | zal./ocena |
| Nowe technologie w marketingu |  |  | 30 |  | 30 | 3 | egz. |
| Seminarium magisterskie |  |  |  | 30 | 30 | 12 | zal. |
| Przedmioty kierunkowe do wyboru\*\* |  |  | 32 |  | 32 | 3 | zal./ocena |
| Przedmioty do wyboru\*\*\* |  |  | 16 |  | 16 | 1,5 | zal./ocena |
| Ogółem | 0 | 0 | 186 | 30 | 216 | 30 |  |

Łączna liczba godzin: 216

Łączna liczba punktów ECTS: 30

\*W całym cyklu kształcenia student powinien zrealizować przedmioty ogólnouniwersyteckie w łącznej liczbie godzin nie niższej niż 30 i liczbie punktów ECTS nie mniejszej niż 5. Jednocześnie student jest zobowiązany do uzyskania łącznie min. 30 punktów ECTS w każdym z trzech semestrów studiów, włącznie z punktami ECTS dla przedmiotów ogólnouniwersyteckich

\*\* Do wyboru 2 z 7 przedmiotów kierunkowych

\*\*\* Do wyboru 1 przedmiot z puli wszystkich zajęć do wyboru



### Przedmioty kierunkowe do wyboru w języku polskim dla I semestru (16 godz.; 1,5 ECTS)

* AI w biznesie
* Influencer marketing i zarządzanie społecznością
* Marketing w mediach społecznościowych
* Bezpieczeństwo w sieci
* Storytelling i wizualizacja danych
* E-commerce
* Wirtualizacja i personalizacja produktów

### Przedmioty kierunkowe do wyboru w języku angielskim dla II semestru (16 godz.; 1,5 ECTS)

* Design thinking
* Research methods in Digital Marketing
* AdTech & MarTech
* Personal and employer branding online

### Przedmioty kierunkowe do wyboru w języku polskim dla III semestru (16 godz.; 1,5 ECTS)

* AI w biznesie
* Influencer marketing i zarządzanie społecznością
* Marketing w mediach społecznościowych
* Bezpieczeństwo w sieci
* Storytelling i wizualizacja danych
* E-commerce
* Wirtualizacja i personalizacja produktów

### Seminarium magisterskie

1 do wyboru: 2x30 godz. w grupach; 2. i 3. semestr (17 ECTS)