

Studia drugiego stopnia**Tytuł zawodowy nadawany absolwentom****magister****Kierunek:****DIGITAL MARKETING****Profil:****praktyczny****Forma studiów:****stacjonarne**

Lp.	Przedmioty do wyboru 1 i 4 (wybór 2 z 4)	oferowany w semestrze
1	E-public relations	2
2	Konsument i jego zachowania	2
3	Psychologia reklamy	3
4	Zrównoważony marketing	3

Lp.	Przedmioty do wyboru 2, 3, 5, 6 (wybór 4 z 6)	oferowany w semestrze
1	Zarządzanie zespołem	2
2	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	2
3	Projektowanie uniwersalne	2
4	Event marketing	2
5	Personal branding	3
6	Employer branding	3

Studia drugiego stopnia

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom

Kierunek:

Profil:

Forma studiów:

magister

DIGITAL MARKETING

praktyczny

niestacjonarne

UDmZ/2023

Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2023/2024

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							
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				20																
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				16																	
9	Content marketing	4	1	3	1	35	0	10	0	0	25	0																					
10	Zarządzanie projektem marketingowym	3	1	3	0	25	0	0	0	0	25	0																					
Przedmioty kierunkowe																																	
11	Display advertising i podstawy programmatic/RTB	5	1	3	1	35	0	10	0	0	25	0				10																	
12	Prawo internetu	1	1	0	1	12	0	12	0	0	0	0				12																	
13	Mediaplaning	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0																					
14	E-mail marketing	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0				12																	
15	Video advertising	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0				14																	
16	Mobile marketing	1	1	0	1	14	0	14	0	0	0	0																					
17	Influencer marketing	1	1	0	1	10	0	10	0	0	0	0																					
18	Analityka webowa i user experience	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0																					
19	Search engine marketing	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0																					
20	Specyfika i wyzwanie e-commerce	1	1	0	1	12	12	0	0	0	0	0																					
21	Kreacja na potrzeby social media	2	1	2	0	14	0	0	0	14	0	0																					
22	Przedmiot do wyboru 1	4	1	3	1	35	10	0	0	0	25	0																					
23	Przedmiot do wyboru 2	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																					
24	Przedmiot do wyboru 3	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																					
25	Przedmiot do wyboru 4	4	1	3	1	35	10	0	0	0	25	0																					
26	Przedmiot do wyboru 5	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																					
27	Przedmiot do wyboru 6	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0																					
28	Seminarium dyplomowe	10	2	10	0	30	0	0	30	0	0	0																					
29	Praktyka zawodowa	16	16	16	0	480	0	0	480	0	0	0				240																	
Razem		91	45	64	16	1035	68	76	172	50	145	44	36	32	56	0	45	20	31	10	44	77	18	50	12	29	22	0	39	32	50	12	31
na kolor zielony oznaczono przedmioty wymagane do certyfikatu DIMAQ												Liczba godzin w semestrze								189				211				155					

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

magister

Kierunek:

DIGITAL MARKETING

Profil:

praktyczny

Forma studiów:

niestacjonarne

Lp.	Przedmioty do wyboru 1 i 4 (wybór 2 z 4)	oferowany w semestrze
1	E-public relations	2
2	Konsument i jego zachowania	2
3	Psychologia reklamy	3
4	Zrównoważony marketing	3

Lp.	Przedmioty do wyboru 2, 3, 5, 6 (wybór 4 z 6)	oferowany w semestrze
1	Zarządzanie zespołem	2
2	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	2
3	Projektowanie uniwersalne	2
4	Event marketing	2
5	Personal branding	3
6	Employer branding	3