

studia drugiego stopnia

tytuł zawodowy nadawany absolwentom:

magister

kierunek:

DIGITAL MARKETING

profil:

praktyczny

forma studiów:

stacjonarne

UDmD/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	W	K	C	L	P	eL	ECTS					
Przedmioty ogólnouczeniawiane																																						
1	Język obcy	8	4	0	2	120	0	0	0	60	0	60																										
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	2	0	0	40	20	0	0	0	20	0	20																									
4	Critical thinking (ang)	1	1	0	0	14	14	0	0	0	0	0	14																									
5	Metodologia badań	2	1	1	0	24	0	10	14	0	0	0																										
6	Digital media	1	1	0	0	14	0	14	0	0	0	0		14																								
7	Podstawy digital marketingu	3	2	0	1	44	14	0	0	0	0	30	14																									
8	Design thinking	2	1	2	0	20	0	0	20	0	0	0																										
9	Content marketing	4	2	3	0	44	0	14	0	0	30	0																										
10	Zarządzanie projektem marketingowym	3	1	3	0	30	0	0	0	0	30	0																										
Przedmioty kierunkowe																																						
11	Display advertising i podstawy programmatic/RTB	5	2	3	0	44	0	14	0	0	30	0		14																								
12	Prawo internetu	1	1	0	0	16	0	16	0	0	0	0		16																								
13	Mediaplaning	2	1	2	0	18	0	0	18	0	0	0																										
14	E-mail marketing	2	1	2	0	16	0	0	16	0	0	0																										
15	Video advertising	2	1	2	0	18	0	0	18	0	0	0																										
16	Mobile marketing	1	1	0	0	18	0	18	0	0	0	0																										
17	Influencer marketing	1	1	0	0	14	0	14	0	0	0	0																										
18	Analityka webowa i user experience	2	1	2	0	18	0	0	18	0	0	0																										
19	Search engine marketing	2	1	2	0	18	0	0	18	0	0	0																										
20	Specyfika i wyzwanie e-commerce	1	1	0	0	16	16	0	0	0	0	0																										
21	Kreacja na potrzeby social media	2	1	2	0	18	0	0	0	18	0	0																										
22	Przedmiot do wyboru 1	4	2	3	0	44	14	0	0	0	30	0																										
23	Przedmiot do wyboru 2	2	1	2	0	16	0	0	16	0	0	0																										
24	Przedmiot do wyboru 3	2	1	2	0	16	0	0	16	0	0	0																										
25	Przedmiot do wyboru 4	4	2	3	0	44	14	0	0	0	30	0																										
26	Przedmiot do wyboru 5	2	1	2	0	16	0	0	16	0	0	0																										
27	Przedmiot do wyboru 6	2	1	2	0	16	0	0	16	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																										
	Razem	91	53	64	3	1230	96	100	216	78	170	90	52	44	72	0	50	30	31	14	56	97	30	60	30	29	30	0	47	48	60	30	31					
	na kolor zielony oznaczono przedmioty wymagane do certyfikatu DIMAQ						Liczba godzin w semestrze							248					287						215													

do wyboru	37%
liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5

Dodatkowe zajęcia obowiązkowe* dla studentów cudzoziemców																																				
Język polski	12	6	0	0	180	0	0	0	180	0	0				60				4						60				4					60		4

* z obowiązku udziału w zajęciach zwolnieni są studenci legitymujący się znajomością języka polskiego wg. wymagań określonych dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym absolwenci studiów I stopnia WSIiZ w Rzeszowie najpóźniej w 3 semestrze nauki obowiązek zdania egzaminu wg. wymagań określonych dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (do wyboru: wewnętrzny egzamin uczelniany lub międzynarodowy egzamin *The European Language Certificates (telc) Język B1/B2*)

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 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:****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	W	K	C	L	P	eL	ECTS
Przedmioty ogólnouczelniane																																	
1	Język obcy	8	2	0	2	60	0	0	0	36	0	24											18	12	4				18	12	4		
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															
4	Critical thinking (ang)	1	1	0	1	10	10	0	0	0	0	0	10					1															
5	Metodologia badań	2	1	1	1	20	0	10	10	0	0	0										10	10										
6	Digital media	1	1	0	1	10	0	10	0	0	0	0				10		1															
7	Podstawy digital marketingu	3	1	0	2	30	10	0	0	0	20	10					20	3															
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		25	4								
10	Zarządzanie projektem marketingowym	3	1	3	0	25	0	0	0	0	25	0																25		3			
Przedmioty kierunkowe																																	
11	Display advertising i podstawy programmatic/RTB	5	1	3	1	35	0	10	0	0	25	0	10			25	5																
12	Prawo internetu	1	1	0	1	12	0	12	0	0	0	0	12				1																
13	Mediaplaning	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0			14		2																
14	E-mail marketing	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0			12		2																
15	Video advertising	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0			14		2																
16	Mobile marketing	1	1	0	1	14	0	14	0	0	0	0										14			1								
17	Influencer marketing	1	1	0	1	10	0	10	0	0	0	0										10			1								
18	Analityka webowa i user experience	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0											14		2								
19	Search engine marketing	2	1	2	0	14	0	0	14	0	0	0											14		2								
20	Specyfika i wyzwania e-commerce	1	1	0	1	12	12	0	0	0	0	0													12					1			
21	Kreacja na potrzeby social media	2	1	2	0	14	0	0	0	14	0	0															14			2			
22	Przedmiot do wyboru 1	4	1	3	1	35	10	0	0	0	25	0					10					25	4										
23	Przedmiot do wyboru 2	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0										12		2									
24	Przedmiot do wyboru 3	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0										12		2									
25	Przedmiot do wyboru 4	4	1	3	1	35	10	0	0	0	25	0												10			25		4				
26	Przedmiot do wyboru 5	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0														12				2			
27	Przedmiot do wyboru 6	2	1	2	0	12	0	0	12	0	0	0														12				2			
28	Seminarium dyplomowe	10	2	10	0	30	0	0	30	0	0	0										15		5			15			5			
29	Praktyka zawodowa	16	16	16	0	480	0	0	480	0	0	0				240	8										240			8			
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					

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