

Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

kierunek:

poziom:

tytuł zawodowy nadawany absolwentom:

profil:

forma:

DIGITAL MARKETING

studia drugiego stopnia

magister

praktyczny

studia niestacjonarne



**WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**
z siedzibą w Rzeszowie

DM.MNP.2026_Z

Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2026/2027

L.p.	Nazwa przedmiotu	Forma zaliczenia	ECTS	ECTS PZ	Godziny zajęć							I Rok														II Rok 1/2									
					Razem	w tym						sem 1							sem 2							sem 3									
						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 ogólnounuczelniane																																			
1	Język obcy	ZAO, EGZ	8	0	60	0	0	0	36	0	24										18		12	4					18		12	4			
2	Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	ZAL	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4						0																	
Przedmioty podstawowe																																			
3	Etyka biznesu i marketingu	EGZ	4	0	34	14	0	0	0	20	0	14				20	4																		
4	Critical thinking (ang)	ZAO	1	0	10	10	0	0	0	0	0	10					1																		
5	Metodologia badań	ZAO	2	1	20	0	10	10	0	0	0								10	10				2											
6	Digital media	EGZ	1	0	12	0	12	0	0	0	0		12				1																		
7	Podstawy digital marketingu	EGZ	3	0	32	12	0	0	0	0	20	12				20	3																		
8	Strategie marketingowe	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0			14			2																		
9	Content marketing	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0								12				1												
10	Nowe technologie i AI w marketingu	ZAO	1	0	10	0	10	0	0	0	0		10				1																		
11	Zarządzanie projektem marketingowym	ZAO	3	3	25	0	0	0	0	25	0																	25			3				
Przedmioty kierunkowe																																			
12	Podstawy programmatic/RTB & display advertising	EGZ	4	3	34	0	14	0	0	20	0		14			20	4																		
13	Prawo internetu	ZAO	1	0	12	0	12	0	0	0	0		12				1																		
14	Mediaplanning	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0			12			1																		
15	E-mail marketing	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0			12			1																		
16	Reklama i kampanie reklamowe	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0			14			2																		
17	Mobile marketing	ZAO	1	0	12	0	12	0	0	0	0								12				1												
18	Social media i influencer marketing	ZAO	3	2	32	0	12	0	0	20	0		12			20	3																		
19	Analityka webowa i user experience	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0															14						2			
20	Search engine marketing	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0									14			2												
21	Specyfika i wyzwanie e-commerce	ZAO	1	0	20	0	0	0	0	0	20																			20		1			
22	Kreacja na potrzeby mediów cyfrowych	ZAO	2	2	18	0	0	0	18	0	0			18			2																		
23	Przedmiot do wyboru 1	EGZ	3	2	34	0	14	0	0	20	0								14			20	3												
24	Przedmiot do wyboru 2	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0									12			1												
25	Przedmiot do wyboru 3	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0									12			1												
26	Przedmiot do wyboru 4	EGZ	3	2	34	0	14	0	0	20	0															14			20			3			
27	Przedmiot do wyboru 5	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0																12					1			
28	Przedmiot do wyboru 6	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0																12					1			
29	Seminarium dyplomowe	ZAO	18	0	60	0	0	60	0	0	0										30		8				30					10			
30	Praktyka zawodowa cz 1. (1,5 miesiąca)	ZAO	9	9	240	0	0	240	0	0	0										240		9												
31	Praktyka zawodowa cz 2. (1,5 miesiąca)	ZAO	9	9	240	0	0	240	0	0	0																240					9			
Razem			92	48	1083	40	110	210	54	125	64	40	60	52	18	60	20	26	0	36	90	18	20	12	32	0	14	68	18	45	32	34			
Liczba godzin w semestrze z wyłączeniem praktyki zawodowej												250						176						177											

ECTS za zajęcia do wyboru	45	49%
ECTS za zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	5	
zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów:		
godziny zajęć	1023	
ECTS	41	44%
ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	48	52%

LEGENDA:

ZAL Zaliczenie

ZAO Zaliczenie z oceną

EGZ Egzamin

W Wykład

K Konwersatorium

C Ćwiczenia

L Laboratorium/Lektorat

P Projekt

eL e-Learning (kształcenie na odległość z przewagą interakcji asynchronicznej)

OZNACZENIA: egzamin projekt realizowany zgodnie z modelem Project-Based Learning zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne**przedmioty do wyboru:**

Lp.	Przedmiot do wyboru 1 (wybór 1 z 2)	realizacja w semestrze
1	Zarządzanie marką	2
2	Zarządzanie kryzysowe w mediach cyfrowych	2

Lp.	Przedmioty do wyboru 2 i 3 (wybór 2 z 3)	realizacja w semestrze
1	Design w marketingu	2
2	Wystąpienia publiczne i live streaming	2
3	Design thinking	2

Lp.	Przedmiot do wyboru 4 (wybór 1 z 2)	realizacja w semestrze
1	Event marketing	3
2	Zachowania konsumentów	3

Lp.	Przedmioty do wyboru 5 i 6 (wybór 2 z 3)	realizacja w semestrze
1	Zarządzanie zespołem	3
2	Personal branding	3
3	Copywriting & webwriting	3

Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

kierunek:

specjalność:

poziom:

tytuł zawodowy nadawany absolwentom:

profil:

forma:

DIGITAL MARKETINGKreacja wizualna w marketingu

studia drugiego stopnia

magister

praktyczny

studia niestacjonarne


**WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**
z siedzibą w Rzeszowie
DM.MNP.KWM.2026_Z**Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2026/2027**

L.p.	Nazwa przedmiotu	Forma zaliczenia	ECTS	ECTS PZ	Godziny zajęć							I Rok														II Rok 1/2						
					Razem	w tym						sem 1							sem 2							sem 3						
						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 ogólnounuczelniane																																
1	Język obcy	ZAO, EGZ	8	0	60	0	0	0	36	0	24									18		12	4				18		12	4		
2	Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	ZAL	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4						0														
Przedmioty podstawowe																																
3	Etyka biznesu i marketingu	EGZ	4	0	34	14	0	0	0	20	0	14				20	4															
4	Critical thinking (ang)	ZAO	1	0	10	10	0	0	0	0	0	10					1															
5	Metodologia badań	ZAO	2	1	20	0	10	10	0	0	0								10	10				2								
6	Digital media	EGZ	1	0	12	0	12	0	0	0	0		12				1															
7	Podstawy digital marketingu	EGZ	3	0	32	12	0	0	0	0	20	12				20	3															
8	Strategie marketingowe	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0			14			2															
9	Content marketing	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0								12			1										
10	Nowe technologie i AI w marketingu	ZAO	1	0	10	0	10	0	0	0	0	10					1															
11	Zarządzanie projektem marketingowym	ZAO	3	3	25	0	0	0	0	25	0																25		3			
Przedmioty kierunkowe																																
12	Podstawy programmatic/RTB & display advertising	EGZ	4	3	34	0	14	0	0	20	0		14			20	4															
13	Prawo internetu	ZAO	1	0	12	0	12	0	0	0	0		12				1															
14	Mediaplanning	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0			12			1															
15	E-mail marketing	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0			12			1															
16	Reklama i kampanie reklamowe	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0			14			2															
17	Mobile marketing	ZAO	1	0	12	0	12	0	0	0	0								12			1										
18	Social media i influencer marketing	ZAO	3	2	32	0	12	0	0	20	0		12			20	3			12												
19	Analityka webowa i user experience	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0															14			2			
20	Search engine marketing	ZAO	2	2	14	0	0	14	0	0	0								14			2										
21	Specyfika i wyzwanie e-commerce	ZAO	1	0	20	0	0	0	0	0	20																20		1			
22	Kreacja na potrzeby mediów cyfrowych	ZAO	2	2	18	0	0	0	18	0	0			18			2															
23	Przedmiot do wyboru 1	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0								12			1										
24	Przedmiot do wyboru 2	ZAO	1	1	12	0	0	12	0	0	0								12			1										
25	Branding i kreacja marki	EGZ	3	2	28	0	10	0	18	0	0								10		18	3										
26	Grafika dla e-commerce i reklamy	ZAO	2	2	18	0	0	0	18	0	0															18			2			
27	Projektowanie interfejsów cyfrowych (UX/UI)	ZAO	2	2	14	0	0	0	14	0	0															14			2			
28	Prezentacje i oferty handlowe	ZAO	1	1	12	0	0	0	12	0	0			12			1															
29	Seminarium dyplomowe	ZAO	18	0	60	0	0	60	0	0	0								30			8			30				10			
30	Praktyka zawodowa cz 1. (1,5 miesiąca)	ZAO	9	9	240	0	0	240	0	0	0								240			9										
31	Praktyka zawodowa cz 2. (1,5 miesiąca)	ZAO	9	9	240	0	0	240	0	0	0														240				9			
Razem			92	49	1063	40	92	186	116	85	64	40	60	52	30	60	20	27	0	32	90	36	0	12	32	0	0	44	50	25	32	33
						Liczba godzin w semestrze z wyłączeniem praktyki zawodowej						262						170						151								

ECTS za zajęcia do wyboru	45	49%
ECTS za zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	5	
zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów:		
godziny zajęć	1003	
ECTS	40	44%
ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	49	53%

LEGENDA:

ZAL Zaliczenie

ZAO Zaliczenie z oceną

EGZ Egzamin

W Wykład

K Konwersatorium

C Ćwiczenia

L Laboratorium/Lektorat

P Projekt

eL e-Learning (kształcenie na odległość z przewagą interakcji asynchronicznej)

OZNACZENIA: egzamin projekt realizowany zgodnie z modelem Project-Based Learning zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne**przedmioty do wyboru:**

Lp.	Przedmioty do wyboru 1 i 2 (wybór 2 z 3)	realizacja w semestrze
1	Design w marketingu	2
2	Wystąpienia publiczne i live streaming	2
3	Design thinking	2