

Nr semestra	Nazwa zajęć	Zaliczoność	Moduł kształcenia	Liczba godzin poszczególnych form zajęć						Liczba godzin			ECTS			Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	Zajęcia do wyboru (DW)	ECTS za zajęcia do wyboru	Forma zaliczenia
				W	Ć	War	Konw	Lekt	PrZaw	Zajęć z bezpośredni m udziałem NA lub IOPZ	Pracy własnej	Ogółem	Razem	Za zajęcia z bezpośredni m udziałem NA lub IOPZ	Za pracę własną					
1	BHP	Og	Ogólny	8						8	0	8	0	0,0	0,0					Z/bo
1	Umiejętności akademickie	Og	Ogólny	8						8	17	25	1	0,3	0,7					E
1	Wprowadzenie do filozofii	Og	Ogólny	20						20	105	125	5	0,8	4,2					E
1	Podstawy komunikacji społecznej	Og	Ogólny	24						24	76	100	4	1,0	3,0					E
1	Wprowadzenie do psychologii	Og	Ogólny	24						24	101	125	5	1,0	4,0					E
1	Teoria organizacji i zarządzania	Og	Kierunkowy	24						24	101	125	5	1,0	4,0					E
1	Podstawy ekonomii	Og	Kierunkowy	24						24	101	125	5	1,0	4,0					E
1	Podstawy marketingu	Zarz S3	Kierunkowy	24						24	76	100	4	1,0	3,0					E
				156	0	0	0	0	0	156	577	733	29	5,9	23,1		0	0,0	0	
																29				
2	Język obcy I (DW)	Og	Ogólny					16		16	34	50	2	0,6	1,4	16	2,0	DW	2	Z/bo
2	Strategie konkurencji	Zarz S6	Kierunkowy	16	16					32	118	150	6	1,3	4,7	16	3,0			E, Z/o
2	Zarządzanie projektami	Zarz	Kierunkowy	16						16	59	75	3	0,6	2,4					E
2	Podstawy rachunkowości	FiR	Kierunkowy	16	24					40	85	125	5	1,6	3,4	24	2,5			E, Z/o
2	Zarządzanie organizacjami	Zarz	Kierunkowy	24						24	76	100	4	1,0	3,0					E
2	Statystyka opisowa	Zarz, FiR	Kierunkowy	16	24					40	60	100	4	1,6	2,4	24	2,0			E, Z/o
2	Prawo gospodarcze publiczne	Zarz	Kierunkowy	16						16	59	75	3	0,6	2,4					E
2	Marketing współczesny	-	Kierunkowy				24			24	76	100	4	1,0	3,0	24	4,0			Z/o
				104	64	0	24	16	0	208	567	775	31	8,3	22,7	104	13,5	1	2	
																31				
3	Język obcy (II) (DW)	Og	Ogólny					16		16	34	50	2	0,6	1,4	16	2,0	DW	2	Z/bo
3	Informatyka w zarządzaniu	Zarz S5	Kierunkowy				16			16	84	100	4	0,6	3,4	16	4,0			Z/o
3	Analiza rynku	-	Kierunkowy	16	16					32	68	100	4	1,3	2,7	16	2,0			E, Z/o
3	Mikroekonomia	FiR	Kierunkowy	24						24	51	75	3	1,0	2,0					E
3	Komunikacja marketingowa (Ilona)	-	Kierunkowy	16	16					32	68	100	4	1,3	2,7	16	2,0			E, Z/o
3	Zarządzanie marką	Zarz S5	Kierunkowy				24			24	76	100	4	1,0	3,0	24	4,0			Z/o
3	Zachowania konsumentów	Zarz S5	Kierunkowy				24			24	76	100	4	1,0	3,0	24	4,0			Z/o
3	Podstawy negocjacji i mediacji (Ilona)	Zarz S5	Kierunkowy	16		24				40	85	125	5	1,6	3,4	24	2,5			E, Z/o
				72	32	24	64	16	0	208	542	750	30	8,3	21,7	136	20,5	1	2	
																30				
4	Język obcy (III) (DW)	Og	Ogólny					16		16	34	50	2	0,6	1,4	16	2,0	DW	2	Z/bo
4	Podstawy public relations (Ilona)	Zarz	Kierunkowy	16						16	84	100	4	0,6	3,4					E
4	Prawo handlu elektronicznego / Prawo własności przemysłowej (DW)	Prawo S8	Kierunkowy				16			16	59	75	3	0,6	2,4	16	3,0	DW	3	Z/o
4	Marketing cyfrowy i e-commerce	-	Kierunkowy	16	24					40	110	150	6	1,6	4,4	24	3,0			E, Z/o
4	Marketing w handlu i usługach / Marketing instytucji finansowych (DW)	Zarz S6 / FiRS6	Kierunkowy	24						24	51	75	3	1,0	2,0			DW	3	E
4	Makroekonomia	FiR	Kierunkowy	24						24	76	100	4	1,0	3,0					E
4	Zarządzanie jakością	Zarz S4	Kierunkowy	16						16	59	75	3	0,6	2,4					E
4	Budania marketingowe	Zarz S4	Kierunkowy	16	24					40	85	125	5	1,6	3,4	24	2,5			E, Z/o
				112	48	0	16	16	0	192	558	750	30	7,7	22,3	80	10,5	3	8	
																30				
5	Język obcy (IV) (DW)	Og	Ogólny					16		16	59	75	3	0,64	2,36	16	3,0	DW	3	Z/o
5	Marketing społeczny / Collaborative i impact marketing (DW)	AAZR S5	Kierunkowy					16		16	59	75	3	0,6	2,4	16	3,0	DW	3	Z/o
5	Strategie i techniki sprzedaży	-	Kierunkowy			24				24	51	75	3	1,0	2,0	24	3,0			Z/o
5	Content marketing i copywriting	-	MC																	
5	Podstawy reklamy (Ilona)	Zarz S5	REK	16	24					40	60	100	4	1,6	2,4	24	2,0	DW	4	E, Z/o
5	Strategie i narzędzia promocji (Ilona)	-	KM																	
5	Marketing w wyszukiwarkach internetowych (SEM) i pozycjonowanie stron internetowych (SEO)	-	MC							24	51	75	3	0,96	2,04	16	2,0	DW	3	E, Z/o
5	Tworzenie programów lojalnościowych	-	REK	8		16														
5	Budowanie marki osobistej (Ilona)	-	KM																	
5	Metodyka przygotowania projektu	-	Kierunkowy					16		16	59	75	3	0,64	2,36	16	3,0			Z/o
5	Praktyka zawodowa (DW)	-	Kierunkowy						360	360	-60	300	12	14,4	-2,4	360	12,0	DW	12	Z/bo
				24	24	40	32	16	360	496	279	775	31	19,8	11,2	472	28	5	25	
																31				
6	Planowanie marketingowe	Zarz S6	Kierunkowy				24			24	51	75	3	0,96	2,04	24	3,0			Z/o
6	Influence marketing i marketing afiliacyjny	-	MC				24			24	51	75	3	0,96	2,04	24	3,0	DW	3	Z/o
6	Psychologia reklamy (Ilona ???)	Zarz S6	REK																	
6	Omnichannel marketing	Media S2	KM																	
6	Reklama internetowa - formy i narzędzia	-	MC	16	24					40	60	100	4	1,6	2,4	24	2,0	DW	4	E, Z/o
6	Tworzenie kampanii reklamowych (Ilona)	-	REK																	
6	Zarządzanie relacjami z klientem (CRM)	Zarz S6	KM																	
6	Marketing w mediach społecznościowych i e-mail marketing	-	MC																	
6	Sponsoring i organizacja wydarzeń	-	REK				24			24	51	75	3	0,96	2,04	24	3,0	DW	3	Z/o
6	Kontakty z mediami (Ilona)	Polit. S2	KM																	
6	Projekt społeczny	-	Kierunkowy				16			16	84	100	4	0,64	3,36	16	4,0			Z/o
6	Praktyka zawodowa (DW)	-	Kierunkowy						360	360	0	360	12	12	0	360	12,0	DW	12	Z/bo
				16	24	0	88	0	360	488	297	785	29	17,12	11,88	472	27,0	4	22	0
																29				
RAZEM W CYKLU STUDIÓW				484	192	64	224	64	720	1748	2820	4568	180	67,2	112,8	1264	99,5	14	59	
				1748						4568			Procent	100%	37,3%	62,7%	55,3%		32,8%	

Formy zajęć: W - wykład; Ć - ćwiczenia; War - warsztat; Konw - konwersatorium; Lekt - lektorat; PrZaw - praktyka zawodowa
Formy zaliczenia: E - egzamin; Z/bo - zaliczenie bez oceny; Z/o - zaliczenie na ocenę
Moduły kształcenia: MC - marketing cyfrowy; REK - reklama; KM - komunikacja marketingowa