

**Program studiów kierunku *Marketing internetowy***

**dla cyklu kształcenia 2025-2028**

[1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów 4](#_Toc202738777)

[2. Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku *Marketing internetowy* 10](#_Toc202738778)

[3. Plan studiów dla cyklu kształcenia kierunku *Marketing internetowy* od roku akademickiego 2025/2026 14](#_Toc202738779)

[4. Karty przedmiotów 17](#_Toc202738780)

[A. Grupa przedmiotów ogólnych 17](#_Toc202738781)

[Lektorat języka obcego A1 17](#_Toc202738782)

[Wychowanie fizyczne A2 18](#_Toc202738783)

[Ergonomia i BHP A3 20](#_Toc202738784)

[Ochrona własności intelektualnej A4 21](#_Toc202738785)

[Technologia informacyjna z Cloud Computing A5 23](#_Toc202738786)

[B. Grupa przedmiotów podstawowych 26](#_Toc202738787)

[Mikroekonomia B1 26](#_Toc202738788)

[Makroekonomia B2 28](#_Toc202738789)

[Elementy fotografii i filmu B3 29](#_Toc202738790)

[Opracowanie tekstu użytkowego B4 31](#_Toc202738791)

[Kultura i norma języka polskiego B5 33](#_Toc202738792)

[Stylistyka praktyczna B6 36](#_Toc202738793)

[Design Thinking B7 38](#_Toc202738794)

[Warsztat pisania twórczego B8 40](#_Toc202738795)

[Socjologia B9 42](#_Toc202738796)

[Prawa autorskie w Internecie B10 43](#_Toc202738797)

[Zarządzanie relacjami z klientem B11 45](#_Toc202738798)

[Język specjalistyczny (Media and Marketing) B12 47](#_Toc202738799)

[C. Grupa przedmiotów kierunkowych 50](#_Toc202738800)

[Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) C1 50](#_Toc202738801)

[Marketing C2 52](#_Toc202738802)

[Teorie komunikowania masowego C3 54](#_Toc202738803)

[Grafika komputerowa C4 56](#_Toc202738804)

[Projektowanie graficzne C5 57](#_Toc202738805)

[Tworzenie treści reklamowych C6 59](#_Toc202738806)

[Estetyka wizualna i projektowanie publikacji C7 60](#_Toc202738807)

[Promocja marki C8 62](#_Toc202738808)

[Podstawy projektowania stron internetowych C9 64](#_Toc202738809)

[Media społecznościowe C10 66](#_Toc202738810)

[Perswazja w sprzedaży C11 67](#_Toc202738811)

[Komunikacja społeczna z elementami autoprezentacji C12 69](#_Toc202738812)

[Podstawy analityki internetowej C13 71](#_Toc202738813)

[Badania marketingowe C14 73](#_Toc202738814)

[Przedsiębiorczość i własny biznes C15 75](#_Toc202738815)

[Sztuczna inteligencja w marketingu C16 77](#_Toc202738816)

[Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej C17 78](#_Toc202738817)

[Wprowadzenie do pozycjonowania stron C18 81](#_Toc202738818)

[Obieg informacji oraz systemy CRM C19 82](#_Toc202738819)

[Warsztat zawodowy dziennikarza C20 84](#_Toc202738820)

[Redakcja i edycja tekstu C21 86](#_Toc202738821)

[Strategie komunikacji C22 88](#_Toc202738822)

[Planowanie strategii marketingowej C23 89](#_Toc202738823)

[Zarządzanie zasobami ludzkimi C24 91](#_Toc202738824)

[Etyka biznesu C25 92](#_Toc202738825)

[Projektowanie lejków sprzedażowych C26 94](#_Toc202738826)

[Bezpieczeństwo informacji C27 95](#_Toc202738827)

[Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa C28 97](#_Toc202738828)

[D Grupa przedmiotów do wyboru: 100](#_Toc202738829)

[D1 Twórca treści: Content Creator 100](#_Toc202738830)

[Public relations w social mediach D1.1 100](#_Toc202738831)

[E-mail marketing D1.2 101](#_Toc202738832)

[Reklama w social mediach D1.3 103](#_Toc202738833)

[Content marketing D1.4 104](#_Toc202738834)

[Zarządzanie fanpagem D1.5 106](#_Toc202738835)

[D2 Promowanie witryn internetowych: Specjalista SEM 108](#_Toc202738836)

[Pozycjonowanie off-site D2.1 108](#_Toc202738837)

[Zarządzanie systemami reklamy PPC D2.2 109](#_Toc202738838)

[Pozycjonowanie on-site D2.3 111](#_Toc202738839)

[Audytowanie kampanii PPC D2.4 113](#_Toc202738840)

[Audyt SEO strony D2.5 114](#_Toc202738841)

[D3 W zakresie praktyk 116](#_Toc202738842)

[Praktyka zawodowa D3.1 116](#_Toc202738843)

[E. Grupa przedmiotów humanistycznych 119](#_Toc202738844)

[Kultura i tradycje regionu E1 119](#_Toc202738845)

[Elementy kultury współczesnej E2 120](#_Toc202738846)

[Argumentation and Critical Thinking E3 122](#_Toc202738847)

[Global Understanding (kurs telekonferencyjny) E3 124](#_Toc202738848)

[5. Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS 127](#_Toc202738849)

# Ogólna charakterystyka kierunku studiów

*Załącznik nr 1*

*do Zarządzenia nr 50/25*

*Rektora Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Krośnie z dnia 10 czerwca 2025 roku*

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa kierunku studiów** | **Marketing internetowy** |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne, dualne |
| **Czas trwania studiów (liczba semestrów) i łączna liczba godzin:** | 6 semestrów/ 3 lata  1800 godzin bez praktyk  2760 godzin z praktykami |
| **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:** | 180 punkty ECTS |
| **Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:** | Licencjat |
| **Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów** | Dziedzina nauk społecznych  Dziedzina nauk humanistycznych |
| **Dyscyplina/-y naukowa/-e, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów:** | Nauki o komunikacji społecznej i mediach (dyscyplina wiodąca)  Językoznawstwo  Nauki o zarządzaniu i jakości |
| **W przypadku programu studiów dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny należy określić procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej**  **z dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej;** | Nauki o komunikacji społecznej i mediach 67,2%  Językoznawstwo 18,8%  Nauki o zarządzaniu i jakości 14% |
| **Termin rozpoczęcia cyklu:** | Rok akademicki 2025/2026 |
| **Wskazanie związku kierunku studiów ze strategią rozwoju oraz misją PANS w Krośnie:** | Program studiów dla kierunku Marketing internetowy jest spójny ze *Strategią Karpackiej Państwowej Uczelni w Krośnie na lata 2021-2025*. Utworzenie kierunku studiów Marketing internetowy wpisuje się w pełni w misję uczelni określoną w Statucie Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Krośnie i odwołuje się do fundamentalnego powołania uczelni do podejmowania przedsięwzięć edukacyjnych wykorzystujących nowoczesne technologie, kształtujących nowoczesne społeczeństwo. Interdyscyplinarność tego kierunku jest realizacją zrównoważonego rozwoju uczelni w oparciu o różnorodność oferty kształcenia w obrębie wielu dziedzin nauki, a także odpowiada zapotrzebowaniu otoczenia społeczno-gospodarczego Uczelni. Ważnym aspektem kierunku studiów jest jego praktyczny i dualny charakter potwierdzony udziałem Agencji marketingowej KS już na etapie projektowania planu studiów i efektów uczenia się.  Kierunek studiów Marketing internetowy przyczynia się do realizacji celów strategicznych Uczelni powiązanych ze strategią rozwoju województwa podkarpackiego. Analiza SWOT konkurencyjnej i innowacyjnej gospodarki oraz kapitału społecznego województwa podkreśla jako mocną stronę regionu i szansę jego dalszego rozwoju zasób dobrze wykwalifikowanej kadry w sektorze IT funkcjonującego w konkurencyjnym środowisku. Rozwijanie tego potencjału jako cel strategiczny uczelni, powinno się odbywać na drodze współpracy z lokalnymi i krajowymi podmiotami gospodarczymi, zaś efekty badań naukowych należy wdrażać we partnerstwie z przedsiębiorstwami wspomagającymi lokalny rynek pracy, szczególnie na drodze praktycznej tak, aby umożliwić płynne wchodzenie absolwentów w obowiązki zawodowe. Kierunek studiów doskonale wpisuje się w tę strategię rozwoju Uczelni i regionu. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów potrzeb społeczno-gospodarczych oraz zgodności zakładanych efektów uczenia się z tymi potrzebami:** | Program studiów na kierunku Marketing internetowy uwzględnia potrzeby zgłaszane przez otoczenie społeczno-gospodarcze i w związku z tym podlega nieustannemu doskonaleniu, co powoduje:  • podniesienie jakości poprzez między innymi aktualizowanie treści kształcenia poszczególnych przedmiotów, uwzględniając najnowsze wyniki i osiągnięcia naukowe, oferowanie nowych lub zmodyfikowanych specjalności dostosowując je do potrzeb krajowego i międzynarodowego rynku pracy, przy współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym zrzeszonym w Radzie Programowej Kierunku, Kolegium Humanistycznego, Konwencie i Radzie Uczelni,  • rozwijanie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym w celu zapewnienia studentom szerokich możliwości odbywania praktyk zawodowych i staży,  • stwarzanie możliwości uzyskiwania przez studentów kierunku Marketing internetowy certyfikatów potwierdzających uzyskane kompetencje zawodowe,  • umiędzynarodowienie procesu kształcenia, poprzez między innymi prowadzenie zajęć w języku angielskim i wyjazdy w ramach Erasmus+.  Analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami społeczno-gospodarczymi dokonywana jest na podstawie spotkań i konsultacji z przedstawicielami lokalnego rynku pracy, ze studentami, absolwentami, a także z interesariuszami zewnętrznymi, w tym z kluczowymi partnerami kierunku, tj. Agencją marketingową KS, Agencją reklamową AP Reklama, Agencją marketingową Laskowski Online. W dniu 28 czerwca 2024 roku odbyło się uroczyste podpisanie umowy pomiędzy Państwową Akademią Nauk Stosowanych w Krośnie, a firmami: Agencją marketingową KS Sp. z o.o., Agencją marketingową AP Reklama i Laskowski Online, *o wspólnym prowadzeniu studiów dualnych na kierunku Marketing internetowy.*Umowa poszerza dotychczasową umowę o współpracy z Agencją marketingową KS o dwie firmy, agencja marketingowe będące liderami lokalnego rynku równie zaangażowane w prowadzenie, projektowanie i doskonalenie programu studiów. Wymienione podmioty są mocno zaangażowane w realizację procesu dydaktycznego, zajęć praktycznych, praktyk zawodowych oraz doskonaleniu programu studiów na kierunku Marketing internetowy.  Ważną rolę w procesie analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy odgrywają także wnioski płynące z ankiet ewaluacyjnych przeprowadzanych wśród studentów. Ich opinia dotycząca oferty kształcenia decyduje o konieczności weryfikacji efektów uczenia się oraz celowości tworzenia nowej oferty programowej. |
| **Ogólne cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia, typowe miejsca pracy i możliwości kontynuacji kształcenia przez absolwentów:** | Absolwenci kierunku Marketing internetowy znajdują zatrudnienie w wielu zawodach związanych z dynamicznie rozwijającym się rynkiem innowacyjnych usług:  **Specjalista SEO** – osoba odpowiedzialna za optymalizację stron internetowych, przygotowywanie audytów technicznych, często też działania content marketingowe i link buildingowe, analizowanie i monitorowanie efektów, a także raportowanie działań. SEOwiec czuwa nad stroną, dbając o jej prawidłowe i wysokie pozycje wyświetlenia w przeglądarce.  **Specjalista Google Ads** – osoba na tym stanowisku odpowiedzialna jest za prowadzenie skutecznych kampanii w Google Ads. Do jej zadań należy przede wszystkim: przygotowanie i realizacja strategii kampanii, jej konfiguracja i optymalizacja, nadzór nad budżetem i kosztami. Ponadto jest odpowiedzialna za przeprowadzanie analiz, wyciąganie wniosków i raportowanie efektów prowadzonych działań.  **Specjalista Social Media** – opracowuje i wdraża kampanie brandowe, viralowe i sprzedażowe, dba o wizerunek firmy w mediach społecznościowych. Tworzy angażujące posty, dba o komunikację z odbiorcami.  **Copywriter** – tworzy unikalne i kreatywne teksty, które potrafią zaciekawić, utrzymać w napięciu i sprzedać. Copywriter opracowuje treści dla stron internetowych, prowadzi blogi firmowe, pisze chwytliwe teksty reklam i publikacji w sieci. Znając różne techniki marketingu treści, zgrabnie się nimi posługuje, aby realizować zadane cele.  **Specjalista ds. Link Buildingu** – przygotowuje analizy profilu linków i na tej podstawie wybiera potencjalne miejsca, w których warto zamieścić odnośnik do pozycjonowanej strony. Czuwa nad prawidłowym przebiegiem procesu linkowania w oparciu o szeroką wiedzę, umiejętności i doświadczenie - podejmuje decyzje w kwestii doboru strategii, maksymalizującej szanse na sukces marketingowy. Na jego barkach spoczywa duża część odpowiedzialności za pozycje osiągane przez stronę internetową w wynikach wyszukiwania Google.  **Projektant UX oraz UI** – osoba kompetentnie pośrednicząca między specjalistą IT a jego potencjalnymi klientami lub użytkownikami. Aby strona internetowa była funkcjonalna, użyteczna, przystępna i wiarygodna, czyli po prostu, by realizowała swoje zadania biznesowe, jej tworzeniu towarzyszy praca analityka oceniającego efekt (a najpierw projekt-klikalną makietę) pod względem doświadczenia użytkownika (UX – User Experience) oraz intuicyjności interface’u (UI – User Interface).  **PR-owiec** – zainteresowany niemal wszystkim, podążający za branżą klienta, sprawny w kontakcie z mediami, opanowany i twórczy dostarczyciel komunikatów medialnych.  Ponadto absolwent kierunku Marketing internetowy jest przygotowany do podjęcia dalszej nauki i ma możliwość kontynuowania kształcenia na drugim stopniu studiów studiach magisterskich związanych z komunikacją społeczną, dziennikarstwem, zarządzaniem oraz marketingiem również na Naszej Uczelni. Od roku akademickiego 2024/2025 z myślą o absolwentach ww. kierunku uruchomiono nową specjalność *Komunikacja marketingowa w zarządzaniu i biznesie.* |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wniosków z analizy wyników monitoringu karier zawodowych studentów i absolwentów:** | W strukturach uczelni funkcjonuje od 2005 roku Akademickie Biuro Karier (powołane zostało Zarządzeniem Nr 13/05 Rektora PWSZ w Krośnie z dnia 30 czerwca 2005roku), od 2023 roku pod nazwą Centrum Technologiczne Inkubator PANS w Krośnie. Centrum odgrywa znaczącą rolę w szeroko rozumianej aktywizacji zawodowej studentów i absolwentów PANS w Krośnie oraz w podejmowaniu działań ułatwiających studentom kontakty z otoczeniem potencjalnych pracodawców. Do najważniejszych jego zadań należą: promocja Uczelni i jej studentów oraz absolwentów wśród pracodawców, pozyskiwanie ofert pracy, staży oraz praktyk zawodowych, przygotowanie studentów do skutecznego poszukiwania zatrudnienia, a także ich efektywnego funkcjonowania na rynku pracy. Centrum współpracuje także z pracodawcami, ułatwiając im pozyskanie właściwych kandydatów na miejsca pracy oraz staże zawodowe. Informacje, które uzyskuje uczelnia na temat monitorowania losów zawodowych absolwentów przekazywane są władzom uczelni, dyrektorom instytutów oraz kierownikom poszczególnych zakładów. Wyniki uzyskiwane z monitoringu losów absolwentów mogą być jednym z kilku czynników wpływających na wprowadzenie ewentualnych zmian w programach kształcenia. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wymagań i zaleceń komisji akredytacyjnych, w szczególności Polskiej Komisji Akredytacyjnej:** | Kierunek kształtowany jest od podstaw i nie podlegał akredytacji. W procesie opracowania kierunku wykorzystano sugestie i ogólne zalecenia PKA dotyczące schematów funkcjonowania kierunków studiów o profilu praktycznym. |
| **Informacja na temat uwzględnienia  w programie studiów przykładów dobrych praktyk:** | Program studiów na kierunku Marketing internetowy uwzględnia dobre praktyki związane z kreowaniem studiów dualnych obejmujące m.in.  • dostosowanie programu studiów do potrzeb rynku pracy poprzez konsultacje z pracodawcami,  • konsultacje programu praktyk zawodowych z pracodawcami,  • aktywizację studentów poprzez umożliwianie im rozwoju zainteresowań naukowych działając w pracach studenckich kół naukowych, seminariach i wyjazdach na konferencje,  • kształcenie i wspieranie postaw prospołecznych studentów poprzez organizowanie i umożliwianie udziału w różnego rodzaju akcjach promujących Uczelnię i działaniach charytatywnych, proekologicznych czy społecznych, popularyzację nauki wśród uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych poprzez organizowanie dla nich wykładów i warsztatów, zarówno w siedzibie Uczelni, jak i w w/w szkołach, a także stałą współpracę ze szkołami partnerskimi. |
| **Informacja na temat współdziałania w zakresie przygotowania programu studiów z interesariuszami zewnętrznymi** | Opinie interesariuszy zewnętrznych są ważnym głosem branym pod uwagę przy projektowaniu programu studiów. Jako głos doradczy uczestniczą oni w projektowaniu, modyfikacji i aktualizacji programu studiów, efektów uczenia się oraz przy określaniu perspektyw rozwoju kierunku. W ramach współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym na kierunku Marketing internetowy Agencja marketingowa KS w aktywny sposób włączyła się w działania związane z kierunkiem studiów jako partner studiów dualnych, a także Agencją reklamową AP Reklama oraz Agencją reklamową Laskowski Online. Program studiów konsultowano, zgodnie z procedurą jakościową Procedura WSZJK-U/8 dotycząca współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym z lokalnymi przedstawicielami firm i przedsiębiorstw związanych z marketingiem internetowym. |
| **Opis kompetencji oczekiwanych od kandydata ubiegającego się o przyjęcie na studia:** | Kandydat ubiegający się o przyjęcie na studia na kierunek Marketing internetowy musi mieć zdany egzamin maturalny.  Egzamin maturalny (nowa matura) – konkurs świadectw z uwzględnieniem pisemnego egzaminu z języka polskiego i języka obcego.  Egzamin dojrzałości (stara matura) – konkurs świadectw obejmujący wyniki ukończenia szkoły średniej z języka polskiego i języka obcego.  Z pominięciem postępowania rekrutacyjnego o przyjęcie na studia ubiegać się mogą laureaci i finaliści stopnia centralnego i okręgowego olimpiady z języka polskiego lub angielskiego.  Kandydat powinien wykazać się dobrą znajomością języka polskiego oraz angielskiego, posiadać zainteresowania informatyczne. Powinien też być zdecydowany do kształcenia się w dynamicznie zmieniającym się środowisku rynku marketingowym. |
| **Uwzględnienie w koncepcji i celach kształcenia nauczania i uczenia się z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:** | Koncepcja kierunku Marketing internetowy uwzględnia nauczanie i uczenie się z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. Jest ono realizowane głównie poprzez zajęcia Global Understanding (we współpracy z konsorcjum Global Partners in Education). W formie tej mogą być również realizowane inne kursy, zgodnie z regulaminem studiów i Księgą procedur (Procedura WSZJK-U/9 – Prowadzenie zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość). Z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość (platformy Zoom i MSTeams) odbywa się również część konsultacji dla studentów oraz spotkania z interesariuszami zewnętrznymi czy niektóre zebrania Zakładu Marketingu. Elementem pracy z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość jest także zastosowanie platformy Moodle, na której wykładowcy zamieszczają materiały, testy i zadania dla studentów, a studenci – wykonane prace. |

# 

# Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku *Marketing internetowy*

*Załącznik nr 2*

*do Zarządzenia nr 50/25*

*Rektora Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Krośnie z dnia 10 czerwca 2025 roku*

**Tabela odniesień efektów uczenia się dla kierunku studiów do charakterystyk I i II stopnia poziomu 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa kierunku studiów:** Marketing Internetowy  **Określenie dyscypliny/dyscyplin naukowych, do których został przyporządkowany kierunek studiów**: nauki o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwo, nauki o zarządzaniu i jakości  **Poziom studiów:** studia pierwszego stopnia  **Profil studiów:** praktyczny  **Tytuł zawodowy:** licencjat | | | |
| Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku studiów, poziomu i profilu uwzględnia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 6 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2017 r. poz. 986) oraz charakterystyki drugiego stopnia dla poziomu 6 określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 28 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji | | | |
| Symbol efektu uczenia się  dla kierunku studiów | Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku  ***Marketing internetowy*** w kategorii: | Odniesienie do charakterystyk I stopnia | Odniesienie do charakterystyk II stopnia |
| **WIEDZA**  **absolwent zna i rozumie:** | | | |
| MI\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Zna zastosowania praktyczne tej wiedzy w praktyce zawodowej | P6U\_W | P6S\_WG\_1.4  P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W02 | w zaawansowanym stopniu teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych, a także rozumie zależności między metodą przechowywania informacji i jej przekazu a środowiskiem społecznym | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W03 | w zaawansowanym stopniu teorie, metody i zależności związane z komunikacją marketingową, marketingiem i ekonomią, które stanowią podstawy teoretyczne działalności zawodowej | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 P6S\_WG\_5.6 |
| MI\_W04 | w zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia komunikacji społecznej, biznesowej oraz interpersonalnej. Zna zasady korzystania z nowoczesnych kanałów przesyłu informacji w mediach społecznościowych oraz z wykorzystaniem systemów zarządzania informacją wewnątrz organizacji. Zna zasady ich praktycznego zastosowania w praktyce zawodowej z poszanowaniem zasad współżycia społecznego | P6U\_W | P6S\_WG\_1.4  P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W05 | w zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem informacji oraz skutecznym komunikowaniem w przestrzeni Internetu oraz zastosowanie tej wiedzy w praktyce zawodowej | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W06 | podstawowe zasady ochrony własności przemysłowej, intelektualnej, prawa autorskiego oraz podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z marketingiem internetowym, a także zasady prawne oraz dotyczące bezpieczeństwa pracy związane z wybranym typem działalności zawodowej | P6U\_W | P6S\_WK\_5.6 |
| MI\_W07 | podstawy tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz społeczne, ekonomiczne, prawne i inne pozatechniczne uwarunkowania działalności zawodowej związanej z marketingiem internetowym, a także zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, rolę kultury, etyki, globalizacji czy postępu technicznego w procesach przemian współczesnych organizacji | P6U\_W | P6S\_WK\_5.6 |
| **UMIEJĘTNOŚCI**  **absolwent potrafi:** | | | |
| MI\_U01 | prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (społeczne, kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) związane z komunikacją społeczną i medialną, funkcjonowaniem systemów medialnych, dyskursami mediów; skutecznie planować, realizować i analizować kampanie marketingowe w środowisku online | P6U\_U | P6S\_UW\_1.4  P6S\_UW\_5.4 |
| MI\_U02 | analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych i gospodarczych specyficznych dla obszaru komunikacji społecznej, mediów, dziennikarstwa, public relations i brandingu; wykorzystać posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika | P6U\_U | P6S\_UW\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U03 | sprawnie posługiwać się narzędziami oraz oprogramowaniem komputerowym wykorzystywanym w tworzeniu kampanii marketingowych. Samodzielnie opracować i wdrożyć strategię marketingową, uwzględniając różne kanały i techniki skutecznego komunikowania w celach zawodowych, szczególnie w wykonywaniu zadań typowych dla działalności w sektorze usług marketingowych oraz komunikacji społecznej | P6U\_U | P6S\_UW\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U04 | posługiwać się terminologią specjalistyczną z zakresu językoznawstwa, teorii mediów, stylistyki, marketingu, ekonomii, komunikacji marketingowej oraz teorii informatycznych w zakresie związanym z działalnością zawodową | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4  P6S\_UK\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U05 | brać udział w debacie poprzez samodzielne i krytyczne podejście do pozyskanych informacji z zakresu mediów społecznościowych oraz marketingu cyfrowego. Jest świadomy manipulacyjnych i dezinformacyjnych działań w przestrzeni medialnej i społecznej | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4  P6S\_UK\_5.4 |
| MI\_U06 | efektywnie komunikować się z otoczeniem; posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym także w podstawowym zakresie językiem specjalistycznym, jak również posługiwać się poprawną polszczyzną, w tym do tworzenia tekstów i wypowiedzi ustnych | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4 |
| MI\_U07 | planować pracę w zespole, rozpoznawać kompetencje członków zespołu i uwzględniać ich indywidualne uzdolnienia, a także zależne od kontekstu kulturowego indywidualne style komunikacyjne, stosując w tym celu dostępne narzędzia informatyczne | P6U\_U | P6S\_UO\_1.4  P6S\_UO\_5.4 |
| MI\_U08 | dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznego dzięki planowemu uczeniu się przez całe życie. Rozwój zawodowy postrzega w szerokiej perspektywie przemian cywilizacyjnych i kulturowych | P6U\_U | P6S\_UU\_1.4  P6S\_UU\_5.4 |
| MI\_U09 | wykorzystywać posiadaną wiedzę do wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej z zakresu marketingu internetowego | P6U\_U | P6S\_UW\_1.4  P6S\_UW\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U10 | wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać problemy, również te złożone i nietypowe, dobierając w tym celu właściwe źródła i informacje z nich pochodzące, dokonując ich oceny, krytycznej analizy i syntezy | P6U\_U | P6S\_UW\_1.4  P6S\_UW\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE**  **absolwent jest gotów do:** | | | |
| MI\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole, szczególnie w zespole wielokulturowym i interdyscyplinarnym; krytycznej oceny własnych umiejętności dążąc do stałego ich podwyższania; jeśli jest świadom swoich ograniczeń, gotów jest poprosić o pomoc eksperta | P6U\_K | P6S\_KK\_1.4  P6S\_KK\_5.4 |
| MI\_K02 | aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie; wykorzystywania swoich umiejętności dla dobra wspólnego, na rzecz interesu publicznego | P6U\_K | P6S\_KO\_1.4  P6S\_KO\_5.4 |
| MI\_K03 | przejawiania inicjatywy; działania w sposób przedsiębiorczy, przewidując konsekwencje podejmowania przedsięwzięć społeczno-gospodarczych | P6U\_K | P6S\_KO\_1.4  P6S\_KO\_5.4  P6S\_KO\_5.6 |
| MI\_K04 | przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych osób, szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów; unikania manipulacji i dezinformacji, rozumiejąc ich szkodliwość społeczną; dbania o dorobek i tradycje zawodu marketera internetowego | P6U\_K | P6S\_KR\_1.4  P6S\_KR\_5.4 |

1.4 – nauki humanistyczne, językoznawstwo

5.4 – nauki społeczne, nauka o komunikacji społecznej i mediach

5.6 – nauki społeczne, nauka o zarządzaniu i jakości

# Plan studiów dla cyklu kształcenia kierunku *Marketing internetowy* od roku akademickiego 2025/2026

**Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie**

**Kierunek: *Marketing internetowy***

**Poziom: Studia I stopnia – licencjackie**

**Profil: Praktyczny**

**Forma: Stacjonarne**

**Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2025/2026**

****

****

# Karty przedmiotów

*Załącznik nr 4*

*do Zarządzenia nr 50/25*

*Rektora Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Krośnie z dnia 10 czerwca 2025 roku*

# A. Grupa przedmiotów ogólnych



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Lektorat języka obcego A1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Foreign Language Course |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 8 |
| **Język wykładowy:** | angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1, 2, 3, 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Gramatyka i leksyka języka obcego na poziomie B2 wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (ESOKJ) | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 120 h – lektorat | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| A1\_U01 | posługiwać się wybranym językiem obcym, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu  Kształcenia Językowego | | MI\_U06 | Lektorat | Testy pisemne i ustne, ocena prezentacji, ocena pracy kontrolnej, egzamin |
| A1\_K01 | krytycznej postawy wobec swojej wiedzy i umiejętności językowych, ze szczególnym uwzględnieniem pracy w zakresie marketingu internetowego | | MI\_K01 | Lektorat | Obserwacja podczas zajęć, dyskusja, ocena prezentacji ustna |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | 8 | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | Lektorat  **w sumie:**  ECTS | | 120  120  **4,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | Przygotowanie ogólne  Przygotowanie prezentacji i pracy kontrolnej  Przygotowanie do egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | 50  20  10  **80**  **3,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | Lektorat  Przygotowanie prezentacji i pracy kontrolną  **w sumie:**  ECTS | | 120  20  **140**  **5,6** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | leksyka i gramatyka na poziomie B2  **JĘZYK ANGIELSKI**  **I SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Job interviews (rozmowy kwalifikacyjne)  Employment (zatrudnienie)  Personality, compound adjectives (cechy osobowości, przymiotniki złożone)  Illnesses, injuries, symptoms (choroby, kontuzje, objawy)  Clothes, fashion (ubrania, moda)  Describing people (opisywanie osób)  Air travel (podróżowanie samolotem)  Books, reading habits (książki, nawyki czytelnicze)  **Zakres gramatyczny**  Rodzaje pytań  Wyrazy posiłkowe i ich zastosowanie.  Czasy: Present Simple i Continuous, Present Perfect, Past Simple i Continuous, Future Simple.  Stopniowanie przymiotników, kolejność przymiotników.  Zdania porównujące.  Czasowniki złożone.  Czasy: Present Perfect Simple i Continuous.  Użycie przymiotnika w funkcji rzeczownika.  Czasy: Past Perfect i Past Perfect Continuous.  Konstrucja *so/such...that* - użycie w zdaniach  **II SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Ecology, weather (ekologia, pogoda)  Predictions – wyrażenia *definietely, probably, likely/unlikely* (przewidywanie przyszłości)  Risky behaviour and hobbies (ryzykowne zachowania i hobby)  Road safety (bezpieczeństwo na drodze)  Addictions (uzależnienia)  Positive and negative feelings (pozytywne i negatywne uczucia)  **Zakres gramatyczny**  Pozycja przysłówków i wyrażeń przysłówkowych w zdaniu  Czasy: Future Perfect i Future Continuous  Zerowy i pierwszy okres warunkowy  Zdania czasowe dotyczące przyszłości  Drugi i trzeci okres warunkowy  Zdania z *"wish"*  Przymiotniki zakończone na -ed i -ing  **III SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Music, musical instruments (muzyka, instrumenty muzyczne)  Sleep, sleeping disorders (sen i zaburzenia snu)  Human body (ciało człowieka)  Confusing verbs e.g. *matter/mind* (czasowniki często mylone np. *matter/mind*)  Verbs of senses – czasowniki zmysłów: *look, taste, smell, sound*  Crimes and legal system (przestępstwa i system karny)    **Zakres gramatyczny**  Forma gerundialna i bezokolicznikowa czasownika  Konstrukcje*: used to, be used to, get used to; would rather*  Czasowniki modalne *must, may, can’t* w wyrażaniu prawdopodobieństwa  Użycie wyrazu *“as”*  Strona bierna; konstrukcje *it is said that*…, *he is thought to*…; *have something done*  **IV SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Media- press, radio, TV (media- prasa, radio, TV)  Advertising, business (reklama, biznes)  Word formation (słowotwórstwo)  Science (nauka)  Collocations (kolokacje: pary wyrazowe)  Technical language (elementy języka technicznego)    **Zakres gramatyczny**  Mowa zależna**,** czasowniki wprowadzające  Wyrażanie kontrastu i celu;  Przysłówki *whatever, whenever itd.*  Rzeczowniki policzalne i niepoliczalne  Zaimki ilościowe: *all, both* itp.  Przedimki określone i nieokreślone  =============================================  **JĘZYK NIEMIECKI**  **I SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Ich und meine Familie – Familienleben / Ja i moja rodzina – życie rodzinne  Meine Freizeit, meine Hobbys / mój wolny czas, moje zainteresowania  Freundschaft, meine Freunde – Beschreibung /przyjaźń, moi przyjaciele – opis  Mein Alltag, mein Wochenende / mój dzień powszedni, mój weekend  Mahlzeiten, gesundes Essen/ posiłki, zdrowa żywność  **Zakres gramatyczny**  Zdanie proste oznajmujące i pytające, tworzenie pytań dwoma sposobami  Czasowniki mocne w czasie teraźniejszym typu: *essen, fahren, sehen*  Tryb rozkazujący – forma grzecznościowa oraz forma z *hätte*  Przeczenie *nein – nicht*, *nein - kein*  Zaimki dzierżawcze i osobowe- odmiana, zastosowanie  Przysłówki miejsca, czasu  **II SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Gesundheitswelt – Krankheiten, Besuch beim Arzt / zdrowie – choroby, wizyta u lekarza  Mein Haus, mein Zimmer - Beschreibung /mój dom, mój pokój – opis  Die Urlaubsreise – Reisefieber, Reisevorbereitungen, Haustauschurlaub /podróż - stres z tym związany, przygotowania do podróży, wymiana „dom za dom“  Partys – Organisierung – Einladung der Gaste / imprezy – organizacja – zapraszanie gości  Das Wetter – Beschreibung / pogoda – opis  **Zakres gramatyczny**  Liczebniki porządkowe – dokładna data (*am, im*)  Zaimki *man, es*  Czasowniki modalne, rozdzielnie złożone, zwrotne.  Rekcja czasownika. Pytanie o rzecz i osobę.  Rzeczownik – odmiana  Przyimki  Czasowniki *lassen* w zdaniu  Stopniowanie przymiotnika, zdanie porównawcze  **III SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Orientierung in der Stadt – Fragen nach dem Weg /orientacja w mieście – pytanie o drogę  Meine Stadt – mein Wohnort / moje miasto – moje miejsce zamieszkania  Schulwesen – neue Lehrkulturen /szkolnictwo – nowe trendy uczenia  Schulangst, Gewalt, Mobbing – die Folgen, Ratschlage geben /strach przed szkołą, przemoc, mobbing  „Geld ist nicht alles” – Gesprache fuhren / „pieniądze to nie wszystko“ – dyskusja  **Zakres gramatyczny**  Czas Perfekt, Imperfekt, Futur I  Strona bierna  Zdanie złożone – spójniki o szyku prostym i przestawnym  Spójnik *ob, dass, weil*  Zdania przyzwalajace *(obwohl – trotzdem)*  **IV SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  - Das Leben im Seniorenalter – Einfluss der Tradition und der Familie / życie na emeryturze – wpływ tradycji i rodziny  Arbeitswelt – Neben – und Ferienjob / praca – zajęcie dodatkowe, praca dodatkowa  Sport im Leben der Menschen/ sport w życiu człowieka  Mein Studium, meine Zukunftplane / moje studia, moje plany na przyszłość  Aktive und passive Erholung / aktywny i pasywny wypoczynek  **Zakres gramatyczny**  Zdania warunkowe  Tryb przypuszczający  Zdania czasowe (wszystkie spójniki)  Konstrukcje bezokolicznikowe z *zu* i bez *zu*  Zdania przydawkowe.  ==============================================  **JĘZYK FRANCUSKI**  **I SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Les langues vivantes (języki obce)  Les sentiments (uczucia)  Les pièces et les meubles (pomieszczenia mieszkalne, wyposażenie)  Les habitations (miejsca zamieszkania)  Les activités quotidiennes (czynności codzienne)  Les maux, les maladies et leurs symptômes (dolegliwości, choroby i ich objawy)  Demander et donner conseil (proszenie o rady oraz udzielanie rad)  **Zakres gramatyczny**  Czas przeszły *Passé Composé,*  *Z*aimki w dopełnieniu dalszym, czasownik „*trouver”,*  Wyrażenie celu „*pour*” i uzasadnienie „*parce que”*  Zaimek „*y”*, struktury stopniowania „*plus, moins, aussi, autant que...”*  Tworzenie rzeczowników złożonych  Tryb rozkazujący  Czasownik „*devoir”* w trybie warunkowym  **II SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Du début du XX siècle jusqu'à aujourd'hui (od początku XX wieku do dziś – wydarzenia)  L'histoire de la peinture en France (historia sztuki malarskiej we Francji)  Les Prévisions météo (prognoza pogody)  Le réchauffement climatique et ses conséquences (ocieplenie klimatyczne i jego skutki)  L'avenir de le France et l'alimentation du futur (przyszłość Francji i żywność w przyszłości)  **Zakres gramatyczny**  Czas przeszły *Imparfait*, przymiotniki i zaimki nieokreślone, zaimek osobowy „*on”,*  Zdanie podrzędne czasowe z spójnikiem „*quand”*  Opozycja czasów przeszłych *Passé Composé i Imparfait*  Zaimki względne „*qui, que, où”* i wyrażenie *„être en train de + bezokolicznik*  Czas przyszły *Futur,* znaczniki czasowe „*Si...+ futur”,* przymiotniki i ich miejsce w zdaniu  **III SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  L'anniversaire et autres festivités (urodziny oraz inne imprezy)  Le savoir-vivre et la politesse (zasady dobrego wychowania)  Les méls de la vie quotidienne (korespondencja mailowa)  Le théâtre à la française avec Molière (teatr po francusku, Molier)  Facebook: la vie privée (Facebook i jego wpływ na prywatne życie)  **Zakres gramatyczny**  Czasowniki modalne „*vouloir, pouvoir* i *devoir”,* tryb warunkowy, formy grzecznościowe  Formy pytań, wyrazy pytające, rodzaj nazw krajów,  Czas czasownika „*synthèse”,* przyimki lokalizacyjne przed nazwami krajów i miast „*à*/*en”*  Czasy przeszłe*,*  Czas *Plus-que-parfait,* odmiana imiesłowu czasu przeszłego z czasownikiem *„avoir”,* zaimki osobowe w dopełnieniu bliższym  **IV SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Les voyages et les vacances (podroże i wakacje)  Le caractère de l'homme (charakter człowieka)  Sauvons la planète (ochrona przyrody)  La télévision (telewizja)  La voiture en ville (problemy komunikacyjne w mieście)  **Zakres gramatyczny**  Zdanie hipotetyczne, tryb warunkowy, zaimki oraz rodzajniki wyrażające usytuowanie „*Si...+ Imparfait”*  Czas warunkowy przeszły *Conditionnel passé*,  Przysłówki z końcówką „-*ment”,*  Czasownik „*Espérer que + futur simple* (czas przyszły prosty)  Wyrazy czasowe i logiczne, czas *Subjonctif Présent,*  Czasowniki wyrażające opinie: „*je pense que…, je crois que...”*  ===============================================  **JĘZYK ROSYSKI**  **I semestr**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**  Rodzina (elementy biografii, zainteresowania, drzewo genealogiczne rodziny)  Wakacje, czas wolny  Kraje i narody Europy  Studia, uczelnia (władze, kierunki, przedmioty, harmonogram zajęć)  Praca (zawody, zainteresowania, plan dnia)  Komunikacja (droga do pracy, na uczelnię, komunikacja miejska, międzynarodowa)  Zainteresowania, czas wolny  Dom, mieszkanie (położenie, rozkład pomieszczeń, umeblowanie)  Wygląd zewnętrzny, charakter człowieka  Moskwa i jej zabytki  Malarstwo rosyjskie  Moje miasto  Święta w Polsce i Rosji  **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki: изучать, учиться, учить, посещать, снять  Stopień wyższy przymiotnika  Stopień wyższy przysłówka  Czas przeszły czasowników z sufiksem ну-  Pisownia przedrostka пол-  Połączenie liczebników z rzeczownikiem градус  Konstrukcje służące do porównywania: гораздо холоднее…  Fonetyka: intonacja służąca do wyrażania emocji (ИК-5)  Czasowniki dokonane i niedokonane  Zdania podrzędnie złożone z потому что, поэтому  Zwroty umożliwiające wyrażanie opinii  **II SEMESTR**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**  Życie towarzyskie, czas wolny  Żywienie, artykuły spożywcze  Posiłki, lokale gastronomiczne  Kuchnia rosyjska, przepisy  Moda, zakupy  Zdrowy styl życia, zdrowe odżywianie  Święta w Polsce i Rosji, Wielkanoc  Sport, dyscypliny sportowe  Wybitni sportowcy, idole  Elementy wiedzy o Rosji. Sankt Petersburg  Aleksander Puszkin – życie i twórczość  **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki: одеваться, одевать, надеть  Zwroty: следить за собой, одеваться со вкусом  Konstrukcja typu: мне есть что рассказать  4. Konstrukcje: ходить по магазинам, зайти в магазин  5. Pytania w mowie zależnej  6. Niektóre rzeczowniki pluralia tantum: брюки, духи, макароны  Rzeczownik o odmiennym rodzaju gramatycznym niż w języku polskim: браслет  Tryb rozkazujący  Krótka i dłuższa forma przymiotników  czasownik играть z przyimkiem в, на  Konstrukcja: rzeczowniki typu чемпионат, соревнования …  Zdania z orzeczeniem imiennym z zaimkami это, от, всё  Zdania przyczynowe z przyimkami благодаря, из-за  **III SEMESTR**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**  Podróże  W szpitalu, podstawowe choroby, objawy i leczenie  Zagrożenia współczesnej młodzieży  Wybitni przedstawiciele literatury rosyjskiej  Mój bohater  Święta rodzinne w Polsce i Rosji  Teatr, kino, telewizja, prasa  Anton Czechow – życie i twórczość  **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki: заниматься, жаловаться  Nazwy wybranych zawodów mających tylko formę rodzaju męskiego: курьер, посол, судья  Nazwy wybranych specjalizacji lekarskich  Rzeczowniki mające inny rodzaj w języku polskim i rosyjskim, np. тренировка, диагноз, рецепт  Przymiotniki twardo- i miękkotematowe  Liczebniki  Czasowniki увлекаться, нравиться...  Stopniowanie przymiotników  **IV SEMESTR**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**  W poszukiwaniu pracy  Plany na przyszłość  W biurze podróży  Ochrona przyrody, zagrożenia cywilizacyjne  Komputer. Pomaga czy szkodzi?  Pamiątki z Rosji  Wybitni przedstawiciele świata muzycznego  Fiodor Dostojewski  **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki забронировать, снять, заказать...  Zaimki względne  Formy biernika liczby mnogiej rzeczowników żywotnych i nieżywotnych,  Przyimki через, за, с, до... stosowane w konstrukcjach czasowych.  Słowa, wyrażenia i konstrukcje gramatyczne dotyczące ochrony środowiska  Czasownik успеть + bezokolicznik czasowników dokonanych  Zwrot: не опоздать бы мне...  Określenia czasu, odległości, miary w przybliżeniu | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | metody podające: opis, prelekcja, prezentacja, objaśnienie, metody aktywizujące: dyskusja, film, inscenizacja, gry dydaktyczne, metoda sytuacyjna, metody praktyczne: ćwiczenia, metoda projektów, symulacja | |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie poszczególnych treści na ćwiczeniach w formie testów, zaliczeń ustnych, prezentacji i prac pisemnych. Wymagana jest ocena pozytywna z każdej ocenianej aktywności. | |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Uczestnictwo studenta w zajęciach jest obowiązkowe. | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **Rodzaj zajęć** | **Liczba godzin** | **Waga** | **Ocena** | **Wynik** | | ćw. I sem. | 30 | 1 (100%) | 4,0 | 4,0 | | ćw.  II sem. | 30 | 1 (100%) | 5,0 | 5,0 | | ćw.  III sem. | 30 | 1 (100%) | 3,5 | 3,5 | | ćw.  IV sem. egzamin | 30 | 1 (100%)  **0,4 (zaliczenie)**  **0,6 (egzamin)** | 4,0 | 4.0  **1,6 + 2,4 = 4,0** | | |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany podczas jego nieobecności. Może również odrobić zajęcia w grupie realizującej ten sam materiał, jeśli istnieje taka grupa i prowadzący wyrazi na to zgodę. | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Znajomość języka obcego na poziomie średniozaawansowanym lub zaawansowanym | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. **Język angielsk**Latham-Koenig Ch., Oxenden C., Chomacki K., *English File Fourth Edition* Upper-intermediate lub intermediate, Oxford University Press 2020. 2. Christina Latham Koenig, Clive Oxenden, Kate Chomacki, English File. Fourth Edition. Upper-Intermediate Workbook, Oxford University Press, 2020. 3. Murphy Raymond, English Grammar in Use, Third Edition, Cambridge University Press, 2015.   **Język niemiecki:**   1. S.Mróz-Dwornikowska, K. Szachowska, Welttour 1, Welttour 2 oraz Welttour 3, Nowa Era 2015 2. M.Gurgul , A.Jarosz , J. Jarosz *Deutsch für Profis,*Lektorklett 2013 3. [Nicoletta Grandi](http://ksiegarnia.poltax.waw.pl/autor_products.php/id_autor/5701), Ulrike Cohen, *Herzlich willkommen A2 (Lehr-und Arbeitsbuch), Deutsch für dich* 1 i 2, 2014   **Język francuski**  1. A.Paciej-Motyl , M.Szozda *Version originale 2 i Version Originale 3*, Lektorklett 2012  2. C.Baylon, J.Murillo, *Forum 1 i Forum 2*, Hachette  **Język rosyjski**   1. Pado A. *Start.ru 2, język dla średnio zaawansowanych*. Wydanie II, WSiP, 2008   **Język francuski**   1. [M. Supryn-Klepcarz](https://ksiegarnia.pwn.pl/autor/Magdalena-Supryn-Klepcarz,a,74661411), [R. Boutegege](https://ksiegarnia.pwn.pl/autor/Regine-Boutegege,a,74661410), *Francofolie express 2 Francofolie express 3,* Wydawnictwo Szkolne PWN, 2012   **Język rosyjski**   1. Ślusarski Sz. Tiereszczenko I. *Pусский язык. Repetytorium tematyczno-leksykalne*, Poznań 2001   Materiały własne (prezentacje, scenariusze zajęć, foldery o tematyce społecznej, gospodarczej, turystycznej); inne internetowe źródła tematyczne | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wychowanie fizyczne A2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Physical Education |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 0 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1, 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poziom wydolności fizycznej, sprawności motorycznej, koordynacji ruchowej. Aktywne sposoby wykorzystania czasu wolnego. Podstawy zdrowego stylu życia. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe - 60 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu-** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Efekt kierunkowy** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| A2\_W01 | zasady bezpiecznego korzystania z obiektów sportowych i sprzętu sportowego | | |  | Ćwiczenia | Rozmowa grupowa | |
| A2\_W02 | zasady przygotowania organizmu do wysiłku fizycznego | | |  | Ćwiczenia | Rozmowa, dyskusja na zajęciach, obserwacja aktywności na zajęciach | |
| A2\_W03 | znaczenie higieny osobistej po zajęciach sportowych | | |  | Ćwiczenia | Rozmowa, dyskusja na zajęciach | |
| A2\_U01 | kształtować postawy sprzyjające aktywności fizycznej na całe życie | | |  | Ćwiczenia | Ocena aktywności na zajęciach | |
| A2\_K01 | dostrzegania potrzeby ciągłej aktywności ruchowej przez całe życie | | |  | Ćwiczenia | Rozmowa, dyskusja na zajęciach, ocena aktywności na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 0 | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia 60  **w sumie:**  ECTS | | | | 60  60  0 | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | **0**  **w sumie:**  ECTS | | | | 0  0  0 | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **0**  **w sumie:**  ECTS | | | | 0  0  0 | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | W ramach zajęć wychowania fizycznego studenci mają do wyboru formę zajęć spośród oferty: pływania, aerobiku, tenisa stołowego, badmintona, kulturystyki, tańców, zespołowych gier sportowych (piłka siatkowa, koszykowa, nożna halowa, unihokej) oraz łyżwiarstwa i turystyki pieszej, rowerowej; form obozów letnich – wodnych i obozów zimowych narciarskich, a dla osób czasowo lub stale niezdolnych do wyżej wymienionych zajęć organizowane są zajęcia korekcyjno-wyrównawcze i inne formy dostosowane do studenta. | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Ćwiczenia praktyczne | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Aktywny udział studenta w zajęciach. Podstawą zaliczenia jest frekwencja na zajęciach | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obowiązek aktywnego uczestnictwa studenta we wszystkich formach zajęć | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | 100% frekwencja lub jedna nieobecność w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 5.0  Dwie nieobecności w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 4.0  Trzy nieobecności w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 3.0  Cztery i więcej nieobecności w semestrze, brak zaliczenia - 2.0 | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Student ma możliwość odrobienia zajęć na innych formach według harmonogramu zajęć wychowania fizycznego | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Stan zdrowia umożliwiający udział w wybranej formie zajęć | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | - | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Ergonomia i BHP A3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Ergonomics and OHS |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | język polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Problematyka ergonomicznej i bezpiecznej pracy. Ocena ryzyka zawodowego, przepisy prawne dotyczące BHP. Zarządzanie BHP. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| A3\_W01 | główne pojęcia dotyczące ergonomii i bezpieczeństwa pracy | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium |
| A3\_W02 | podstawowe cechy materialnego środowiska pracy | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium |
| A3\_W03 | zasady oceny stanowiska pracy pod względem obowiązujących przepisów prawnych w zakresie BHP | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium |
| A3\_U01 | dokonać oceny ryzyka zawodowego w marketingu internetowym | | MI\_U01 | Wykład konwersatoryjny | | Analiza wykonania oceny ryzyka zawodowego |
| A3\_K01 | krytycznej oceny posiadanej przez siebie wiedzy z dziedziny BHP | | MI\_K01 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Wykonanie oceny ryzyka zawodowego  Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  **10**  **0,4** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:** | | | 0  0 | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**  Ergonomia – definicja, przedmiot ergonomii, rodzaje, zastosowanie. Wybrane czynniki ergonomiczne w kształtowaniu środowiska pracy. Badania ergonomiczne. Ocena ryzyka zawodowego. Elementy bezpieczeństwa i ochrony pracy. Obciążenia człowieka pracą. Materialne warunki pracy. Wypadki przy pracy. Prawne aspekty ochrony i bezpieczeństwa pracy. Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład, dyskusja, studium przypadku. |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie wykładów w formie kolokwium; zaliczenie poprawkowe – kolokwium |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Udział w zajęciach zgodnie z Regulaminem studiów. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena końcowa przedmiotu to ocena z kolokwium zaliczeniowego, biorąc pod uwagę obecność na zajęciach. |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Przygotowanie notatki (0,5 strony A4, czcionka 12 arial) z wykładu. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Odbyte 4 h szkolenia wstępnego BHP, realizowanego np. podczas Dni Adaptacyjnych (poza godzinami wynikającymi z planu studiów). |
| **Zalecana literatura:** | 1. E. Kowal, *Ekonomiczno-społeczne aspekty ergonomii,* Wydawnictwo PWN, Warszawa 2002 2. A. Białas, *Bezpieczeństwo informacji i usług w nowoczesnej instytucji i firmie.* Wydawnictwo PWN, Warszawa 2017 3. B. Rączkowski, *BHP w praktyce*, Wyd. ODDK, Gdańsk 2022 4. Kodeks pracy i inne akty prawne aktualne. 5. Strony internetowe instytucji związanych z BHP 6. Publikacje związane z ergonomią i BHP na różnych stanowiskach pracy, drukowane i on-line. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Ochrona własności intelektualnej A4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Protection of Intellectual Property |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe zagadnienia z zakresu prawa własności intelektualnej, w tym prawa autorskiego. Podstawowe regulacje prawne dotyczące własności intelektualnej i przemysłowej, w tym prawa autorskiego. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | Wykład – 15 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| A4\_W01 | wybrane przepisy prawa własności intelektualnej i przemysłowej | | | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | Sprawdzian pisemny |
| A4\_U01 | samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje dotyczące prawa własności intelektualnej i przemysłowej, dokonać ich analizy oraz syntezy w celu rozwiązania zadań związanych z działalnością w zakresie marketingu internetowego | | | | MI\_U01 | Wykład konwersatoryjny | Sprawdzian pisemny |
| A4\_K01 | przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do prawa autorskiego w przestrzeni Internetu i mediów; szacunku dla własności intelektualnej; prawidłowego cytowania i podawania źródeł, unikania plagiatu, ponoszenia odpowiedzialności w publikowaniu treści | | | | MI\_K04 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład konwersatoryjny  **w sumie:**  ECTS | | | | | 15  **15**  **0,6** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do zaliczenia  **w sumie:**  ECTS | | | | | 10  **10**  **0,4** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | | | - |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | **Wykłady:**   1. Pojęcie prawa własności intelektualnej i jego miejsce w systemie prawnym. Rys historyczny i źródła prawa własności intelektualnej. 2. Prawa autorskie i pokrewne – podmioty, przedmiot, źródła. Autorskie prawa osobiste i majątkowe. Dziedziczenie i przenoszenie tych praw. 3. Umowy prawnoautorskie. Ochrona wizerunku i korespondencji. 4. Prawa autorskie w sieci. Odpowiedzialność karna, cywilna i dyscyplinarna za naruszenie praw autorskich. 5. Pojęcie, źródła, charakter prawa własności przemysłowej. 6. Prawo patentowe polskie, europejskie i międzynarodowe. 7. Prawo znaków towarowych, wzorów przemysłowych, oznaczeń geograficznych, topografii układów scalonych. 8. Zaliczenie końcowe. | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | wykład multimedialny, wykład konwersatoryjny, case study | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie wykładów w formie kolokwium; zaliczenie poprawkowe – kolokwium | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium zaliczeniowego. Dodatkowo punktowana jest aktywność studenta na zajęciach. | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena końcowa:  Kolokwium 100% | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. J. Sieńczyło- Chlabicz, Prawo własności intelektualnej. Teoria i praktyka., Wolters Kluwer, Warszawa, 2021. 2. J. Barta, R. Markiewicz, Prawo autorskie i prawa pokrewne., Wolters Kluwer, Warszawa, 2021.   **Akty prawne:**   1. ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 1994, nr 24, poz. 83 z późn. zm.) 2. ustawa Kodeks Cywilny z 23 kwietnia 1964 roku (Dz. U. 1964 nr 16 poz. 93 z późn. zm.) 3. ustawa Kodeks Karny z 6 czerwca 1997 roku (Dz. U. 1997 Nr 88 poz. 553 z poen. zm.) 4. ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2018 poz. 1668 z późn. zm.) 5. ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2002, nr 144, poz. 1204 z późn. zm.) 6. ustawa z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych (Dz. U. z 2001, nr 128, poz. 1402 z późn. zm.) 7. ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. prawo własności przemysłowej (Dz. U. z 2001 r., nr 49, poz. 508 z późn. zm.) 8. ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz. U. z 2005, nr 10, poz. 68 z późn. zm.) | | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Opis wygenerowany automatycznie

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Technologia informacyjna z Cloud Computing A5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information Technology with Cloud Computing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Praca z plikami i folderami. Funkcje i obsługa pakietu MS Office w tym Office365 (online). Programy do tworzenia prezentacji. Korzystanie z platformy Moodle oraz aplikacji służących do organizacji spotkań zdalnych (MS Teams). Zasady bezpiecznej pracy w Internecie, korzystanie z rzetelnych źródeł, weryfikacja źródeł. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | Ćwiczenia projektowe – 30 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| A5\_W01 | w zaawansowanym stopniu najważniejsze definicje i programy związane z technologią informacyjną i chmurą obliczeniową oraz ich praktyczne zastosowanie w zakresie marketingu internetowego | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwium zaliczeniowe – test |
| A5\_W02 | w zaawansowanym stopniu środowisko Windows, MS Office365, podstawowe platformy do komunikacji zdalnej; zasady bezpiecznego korzystania z zasobów Internetu oraz ich praktyczne zastosowanie w zakresie marketingu internetowego | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwium zaliczeniowe – test |
| A5\_U01 | tworzyć i formatować dokumenty tekstowe, wykorzystywać arkusz kalkulacyjny, tworzyć, obsługiwać i korzystać z prezentacji multimedialnych | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Zaliczenie poszczególnych części programowych – kolokwium pisemne, przygotowanie projektu z Worda i Excela oraz ocena z prezentacji |
| A5\_U02 | wyszukiwać, analizować, oceniać i selekcjonować informacje z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych źródeł wiedzy, korzystając z nowych technologii z zachowaniem zasad bezpieczeństwa | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Zaliczenie poszczególnych części programowych,  przygotowanie projektu z Worda i Excela oraz ocena z prezentacji |
| A5\_K01 | krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści w zakresie źródeł internetowych, zwłaszcza stałego rozwijania wiedzy i podnoszenia kompetencji związanych z technologią informacyjną i Cloud Computing | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych ćwiczeniach |
| A5\_K02 | odpowiedzialnego i celowego wykorzystywania sprzętu i oprogramowania komputerowego pochodzącego z legalnych źródeł, ze szczególnym uwzględnieniem pracy zawodowej w marketingu | | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych ćwiczeniach i rozmowy |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 2 | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do ćwiczeń projektowych  Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Wykonanie projektów (Word i Excel – wersja online Office365) oraz prezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  10  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Całość prac zgodnie z treściami szczegółowymi przedmiotu  **w sumie:**  ECTS | | | **50**  **50**  **2,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Ćwiczenia:**   1. Użytkowanie komputerów – podstawowe funkcje systemu operacyjnego. Najważniejsze parametry konfiguracyjne. Typy plików, praca z plikami i folderami. 2. Korzystanie z platformy Moodle oraz aplikacji służących do organizacji spotkań zdalnych (ZOOM, Ms Teams) oraz chmury Office365. Praca zespołowa. Udostępnianie dokumentów, nadawanie uprawnień do podglądu i/lub edycji w celu umożliwienia pracy zespołowej – jednoczesna edycja dokumentu przez wszystkich członków zespołu. Automatyczne powiadamianie o zmianach. Historia zmian dokumentu. 3. Praca w „chmurze obliczeniowej” z wykorzystaniem edytora tekstowego, arkusza kalkulacyjnego, edytorów: prezentacji i grafiki. Formaty zapisu dokumentów. Bezpieczeństwo i poufność danych. 4. Przetwarzanie tekstu – zasady tworzenia i redagowania dokumentów. Zapisywanie i odczytywanie dokumentów w chmurze. Organizacja widoku strony. Redagowanie podstawowych dokumentów urzędowych. Tabele. Warstwa graficzna edytora. Mechanizmy usprawniające redagowanie dokumentów tekstowych potrzebnych przy pisaniu i formatowaniu dokumentów, np. prac zaliczeniowych i pracy dyplomowej. Wykonanie referatu w MS Word na wybrany temat. Udostępnienie dokumentu w chmurze One Drive. Posługiwanie się siecią dla zbierania materiałów na zadany temat. 5. Funkcje arkuszy kalkulacyjnych dostępnych on-line. Wybrane funkcje przetwarzania danych. Organizacja skoroszytów i arkuszy. Komórki i ich formatowanie. Typy danych. Adresowanie komórek i bloków. Graficzna prezentacja wyników obliczeń – tworzenie i edycja wykresów. Praktyczne zastosowanie arkusza do wykonywania obliczeń. Metody budżetowania i rozliczania kampanii reklamowych. Znajomość ważniejszych wskaźników (NPV, ROI / ROMI, ROAS, CPC, CTR CAC, CPM, CPV, CPS, LTV, Współczynnik konwersji). 6. Tworzenie grafiki prezentacyjnej – tworzenie nowej prezentacji, wstawianie do prezentacji obiektów w tym wykresów, ustawianie animacji dla slajdów. Projektowanie slajdów. Tworzenie przycisków sterujących. Przegląd i zasady stosowania efektów multimedialnych. Wykonanie prezentacji w Power Point na wybrany temat. Posługiwanie się siecią do zbierania materiałów na zadany temat. 7. Wykorzystanie formularza Google do tworzenia i udostępnia ankiety na wybrany temat. 8. Informacja i komunikacja – komunikacja w lokalnej sieci komputerowej. Funkcje przeglądarek internetowych. Metody i sposoby korzystania z serwisów WWW, zasady wyszukiwania informacji w Internecie, zapisy wyszukanych informacji. Zasady bezpiecznej pracy w Internecie. | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Ćwiczenia praktyczne | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie ćwiczeń na podstawie praktycznego kolokwium z poszczególnych bloków tematycznych oraz przygotowanych projektów (test wiedzy, Word, Excel, Power Point). Minimalna liczba punktów potrzebna na jego zaliczenie wynosi 55%. | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Udział w zajęciach obowiązkowy | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocena końcowa z przedmiotu jest średnią ważoną ocen cząstkowych z kolokwium z poszczególnych bloków tematycznych. Oceny z poszczególnych bloków ćwiczeń muszą być ocenami pozytywnymi.  Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest:   * aktywne uczestnictwo oraz obecność studentów na ćwiczeniach – **5%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena końcowa z prezentacji multimedialnej – **20%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena z praktycznego kolokwium z zakresu programu Ms Word **– 25%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena z praktycznego kolokwium z zakresu programu Ms Excel – **25%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena z kolokwium w formie testu sprawdzającego stopień opanowania przez studentów materiału podanego w trakcie ćwiczeń oraz wskazanej literatury – **25%** końcowej oceny z ćwiczeń | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie opracować materiał, który był realizowany na zajęciach. | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Student ma podstawową wiedzę z zakresu szkoły średniej z przedmiotu Technologie informacyjne (potrafi posługiwać się pakietem Office – Word, Excel, Power Point, wybrana przeglądarka Internetowa). | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Rosenberg J., Mateos A., Chmura obliczeniowa. Rozwiązania dla biznesu. Wyd. Helion, Katowice 2011 2. Wtorek W., Office 2021 PL. Kurs. Wyd. Helion, Gliwice 2022. 3. Wtorek W., ABC Excel 2021 PL. Wyd. Helion, Gliwice 2022 4. Wróblewski P., ABC komputer: wydanie 8.1, Wyd. „Helion”, Gliwice 2014 5. Sikorski W. Podstawy technik informatycznych. Seria ECDL. Wyd. Mikom, Warszawa, 2006. 6. Nowakowska H. Użytkowanie komputerów. Seria ECDL. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011. | | | | |

# B. Grupa przedmiotów podstawowych



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Mikroekonomia B1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Microeconomics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Zdobycie wiedzy z zakresu mikroekonomii oraz wykształcenie u studentów umiejętności sprawnego posługiwania się miernikami społeczno-ekonomicznymi w podejmowaniu decyzji w skali mikroekonomicznej. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | wykład – 20 h, ćwiczenia audytoryjne – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B1\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia gospodarcze, kategorie, prawa i modele, związane z przedmiotem zainteresowania mikroekonomii oraz ich praktyczne zastosowanie w zakresie marketingu internetowego | | | MI\_W03 | Wykład | | Egzamin |
| B1\_W02 | strukturę przedmiotową i podmiotową rynku | | | MI\_W07 | Wykład/ ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin |
| B1\_W03 | zachowania organizacji na rynku oraz uwarunkowania i zależności ekonomiczne w gospodarce rynkowej | | | MI\_W07 | Wykład/ ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin |
| B1\_U01 | identyfikować i objaśniać pojęcia gospodarcze, związane z przedmiotem zainteresowania mikroekonomii | | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium z części ćwiczeniowej |
| B1\_U02 | klasyfikować elementy rynku oraz objaśniać i analizować mechanizmy jego działania | | | MI\_U04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium z części ćwiczeniowej/  Sprawozdanie z ćwiczeń |
| B1\_U03 | analizować czynniki wpływające na optymalny wybór konsumenta oraz analizować decyzje producenta | | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium z części ćwiczeniowej/  Sprawozdanie z ćwiczeń |
| B1\_K01 | zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu dotyczącego mikroekonomii | | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Obserwacja pracy na zajęciach |
| B1\_K02 | myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, ze szczególnym uwzględnieniem działalności marketingowej | | | MI\_K03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 5 | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  30  **50**  **2,0** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie ogólne  Przygotowanie do ćwiczeń  Rozwiązywanie zadań  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  30  25  75  **3,0** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia audytoryjne  Przygotowanie do ćwiczeń  Rozwiązywanie zadań  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  30  25  **75**  **3,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**  Wprowadzenie do ekonomii i gospodarki. Podstawowe kategorie ekonomiczne.  Mikroanaliza rynku – popyt, podaż, cena, rynek; reakcje popytu na zmianę cen i dochodów. Elastyczność popytu i podaży. Teoria wyboru konsumenta, decyzje produkcyjne przedsiębiorstw.  Teoria producenta – koszty i utargi przedsiębiorstwa. Funkcjonowanie przedsiębiorstw w warunkach różnych struktur rynkowych.  **Ćwiczenia:**  Wprowadzenie do ekonomii i gospodarki (przykłady i zadania). Narzędzia analizy ekonomicznej (przykłady i zadania). Elementy rynku oraz mechanizmy jego działania (przykłady i zadania). Teoria wyboru konsumenta (przykłady i zadania). Teoria podaży – decyzje produkcyjne w przedsiębiorstwie (przykłady i zadania). Formy organizacji rynku – konkurencja doskonała, monopol, konkurencja monopolistyczna, oligopol (przykłady i zadania). |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny, metoda studium przypadków, ćwiczenia |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Egzamin pisemny, kolokwia pisemne, rozwiązywanie zadań |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu, wykładów oraz ćwiczeń. Uczestnictwo w zajęciach – obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena końcowa to średnia arytmetyczna z:  kolokwium pisemnego z ćwiczeń 50% i egzaminu pisemnego 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy przedsiębiorczości na poziomie szkoły ponadpodstawowej. |
| **Zalecana literatura:** | 1. Begg D., Fischer S. Dornbusch R. Mikroekonomia, Wydawnictwo PWE, 2014. 2. Smith P., Begg D. Ekonomia – zbiór zadań, Wydawnictwo PWE, 2001. 3. Ślusarczyk B. Podstawy mikro i makroekonomii, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, 2011. 4. Marciniak S. (red.) Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2015. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Makroekonomia B2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Macroeconomics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Zdobycie wiedzy z zakresu makroekonomii oraz wykształcenie u studentów umiejętności sprawnego posługiwania się miernikami społeczno-ekonomicznymi w podejmowaniu decyzji w skali makro. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | wykład – 10 h, ćwiczenia audytoryjne – 10 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B2\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia gospodarcze, kategorie, prawa i modele związane z przedmiotem zainteresowania makroekonomii oraz ich praktyczne zastosowanie w zakresie marketingu internetowego | | | MI\_W03 | Wykład | | Egzamin pisemny |
| B2\_W02 | uwarunkowania i zależności ekonomiczne w gospodarce rynkowej oraz narzędzia polityki finansowej | | | MI\_W07 | Wykład/ ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin pisemny |
| B2\_U01 | identyfikować i objaśniać pojęcia  gospodarcze związane z przedmiotem  zainteresowania makroekonomii | | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium z części ćwiczeniowej |
| B2\_U02 | obliczać, analizować, przewidywać skutki i interpretować zjawiska ekonomiczne z zakresu polityki gospodarczej państwa | | | MI\_U02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium z części ćwiczeniowej/  sprawozdanie z ćwiczeń |
| B2\_U03 | oceniać stan gospodarki na podstawie wskaźników makroekonomicznych | | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium z części ćwiczeniowej/  sprawozdanie z ćwiczeń |
| B2\_K01 | zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu związanego z makroekonomią | | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Obserwacja pracy na zajęciach |
| B2\_K02 | myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, ze szczególnym uwzględnieniem działalności marketingowej | | | MI\_K03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Obserwacja pracy na zajęciach, dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  10  **20**  **0,8** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie do ćwiczeń  rozwiązywanie zadań  przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  10  10  **30**  **1,2** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia  przygotowanie do ćwiczeń  rozwiązywanie zadań  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20  10  **40**  **1,6** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**  Wprowadzenie do przedmiotu. Produkt globalny i dochód narodowy. Wzrost i rozwój gospodarczy. Polityka fiskalna i monetarna. Bezrobocie i inflacja. Problemy gospodarki globalnej.  **Ćwiczenia:** Pomiar dochodu narodowego i produktu krajowego brutto. Analiza bezrobocia, inflacji i polityki pieniężnej oraz fiskalnej, a także zagadnienia związane z cyklem koniunkturalnym. Analiza danych statystycznych, rozwiązywanie zadań z wykorzystaniem modeli makroekonomicznych, dyskusje na temat aktualnych wydarzeń gospodarczych oraz prezentacje związane z tematyką makroekonomiczną. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny, metoda studium przypadków, prezentacja,  przygotowanie sprawozdań ćwiczeń |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Egzamin pisemny, kolokwia pisemne, rozwiązywanie zadań |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu, wykładów oraz ćwiczeń. Uczestnictwo w zajęciach obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena końcowa obliczona jako średnia arytmetyczna z:  kolokwium pisemnego z ćwiczeń 50% i egzaminu pisemnego 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy przedsiębiorczości na poziomie szkoły ponadpodstawowej. |
| **Zalecana literatura:** | 1. Begg D., Fischer S. Dornbusch R. Makroekonomia, Wydawnictwo PWE, 2014. 2. Smith P., Begg D. Ekonomia – zbiór zadań, Wydawnictwo PWE, 2001. 3. Ślusarczyk B. Podstawy mikro i makroekonomii, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, 2011. 4. Marciniak S. (red.) Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2015. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Opis wygenerowany automatycznie

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Elementy fotografii i filmu B3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Elements of Photography and Film |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Zdobycie wiedzy i nabycie praktycznych umiejętności podstaw fotografowania i filmowania. Korzystanie z medium fotograficznego w celu rozwijania warsztatu praktycznego jak i świadomego obrazowania za pomocą narzędzi jakimi są aparat fotograficzny oraz kamera. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | Ćwiczenia warsztatowe – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| B3\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawy fotografii i filmu oraz ich praktyczne zastosowanie w zakresie marketingu internetowego | | | | MI\_W02 | Ćwiczenia warsztatowe | Rozmowa grupowa | |
| B3\_U01 | posługiwać się aparatem fotograficznym oraz uzyskiwać konkretne obrazy fotograficzne dzięki świadomemu korzystaniu z urządzeń fotograficznych oraz zaplecza technicznego | | | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena fotografii wykonanej przez studenta według wskazań prowadzącego | |
| B3\_U02 | posługiwać się kamerą oraz uzyskiwać konkretne krótkie filmy dzięki świadomemu korzystaniu z kamery oraz zaplecza technicznego | | | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena filmu wykonanego przez studenta według wskazań prowadzącego | |
| B3\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności w zakresie fotografii i filmu, przyjmowania krytycznej oceny własnych umiejętności i dążenia do stałego ich podwyższania | | | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | Dyskusja na zajęciach, rozmowa ze studentem na temat wykonanych zadań | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | | | | 15  **15**  **0,6** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie do warsztatów  **w sumie:**  ECTS | | | | | | 10  **10**  **0,4** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  przygotowanie do ćwiczeń  **w sumie:**  ECTS | | | | | | 15  10  **25**  **1,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | **Ćwiczenia:**   1. Fotografia i film – rodzaje i techniki zapisu obrazu fotograficznego i filmowego. 2. Naświetlenie ujęcia – elementy ekspozycji. 3. Obiektyw okiem aparatu – ogniskowa w filmie i fotografii. 4. Kadr i plan filmowy. 5. Portret – człowiek w kadrze. 6. światło w realizacji obrazu fotograficznego i filmowego. 7. Adobe Photoshop – podstawowe parametry obróbki fotografii. 8. Adobe Premiere Pro – podstawy montażu ujęć filmowych. 9. Rodzaje i formaty reklamy video. 10. Efektywność video advertising. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Ćwiczenia warsztatowe, studium przypadku, praca indywidualna, praca w grupach,  demonstracje dźwiękowe i/lub video, | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zadania warsztatowe, wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny fotografii wykonanej przez studenta. Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena końcowa 100% na podstawie zadań praktycznych wykonanych na ćwiczeniach nawiązujących do konkretnych tematów zajęć. Ocena z ćwiczeń warsztatowych z wykonywania zadań warsztatowych | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Peterson Bryan, Ekspozycja bez tajemnic: jak robić świetne zdjęcia każdym aparatem, Wydaw. Galaktyka, Łódź 2019 (wybrane fragmenty). 2. Kelby Scott, Fotografia cyfrowa: edycja zdjęć, Grupa Wydawnicza Helion, Gliwice 2013 3. Alisa Mcwhinnie – Fotografia Podręcznik. Wyd. Arkady. 2004. 4. Roland Barthes – Światło Obrazu. Wyd. Aletheia, 2011. 5. Paweł Wójcik – Kompozycja Obrazu Fotograficznego. Wydawnictwo: Agencja Wydawnicza Alter. 2007. 6. Michael Freeman – Okiem Fotografa. Wyd. Słowne, 2008. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Opracowanie tekstu użytkowego B4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Preparation of a Utility Text |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski/angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1, 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Wykształcenie podstawowych umiejętności opracowania różnorodnych tekstów użytkowych, redagowania i tworzenia prostych tekstów o charakterze praktycznym przydatnych w przyszłej pracy zawodowej.  Developing basic skills in preparing various utility texts, editing and creating simple practical texts useful in future professional work. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia warsztatowe – 60 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| B4\_W01 | w zaawansowanym stopniu uporządkowane zasady z zakresu językoznawstwa i stylistyki, niezbędne przy tworzeniu wybranych gatunków użytkowych oraz ich praktyczne zastosowanie w marketingu internetowym | | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | Dyskusja na zajęciach, kolokwium | |
| B4\_W02 | w stopniu zaawansowanym zasady komunikacji językowej (społecznej, biznesowej i interpersonalnej), potrzeby odbiorców kultury i ich style poznawcze oraz ich praktyczne zastosowanie w zakresie marketingu internetowego | | | MI\_W04 | Ćwiczenia warsztatowe | Dyskusja na zajęciach, kolokwium zaliczeniowe | |
| B4\_W03 | zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych | | | MI\_W06 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena prac pisemnych, dyskusja | |
| B4\_U01 | selekcjonować i syntetyzować informacje, poddać krytycznej analizie materiał językowy (w tym teksty dostępne w przestrzeni publicznej) | | | MI\_U01 | Ćwiczenia warsztatowe | Samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych,  Kolokwium zaliczeniowe | |
| B4\_U02 | tworzyć teksty użytkowe i porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem nowych technologii | | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena prac pisemnych oraz dyskusja na zajęciach | |
| B4\_K01 | obiektywnej i krytycznej oceny tekstów użytkowych własnych oraz cudzych | | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | Zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| B4\_K02 | odpowiedzialności za słowo i za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, ze szczególnym uwzględnieniem przyszłej pracy marketingowej | | | MI\_K04 | Ćwiczenia warsztatowe | Obserwacja na zajęciach, dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 4 | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia warsztatowe 60    **w sumie:**  ECTS | | | | 60  **60**  **2,4** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 40  **40**  **1,6** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia warsztatowe  Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 60  40  **100**  **4,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Tworzenie i opracowanie oraz przygotowanie do edycji tekstów użytkowych (ogłoszenie, życzenia, życiorys, artykuł, wpis na blog)  Charakterystyka tekstów publikowanych w internecie: opracowanie leadu, tytułu, śródtytuły, punktatory.  Omówienie konwencji komunikacyjnych – tworzenie persony, mapy empatii, język korzyści, elementy perswazyjne.  Redagowanie i modyfikacja tekstu z wykorzystaniem szablonów graficznych – Canva, pakiet Office.  Creating and preparing as well as preparing utility texts (announcement, wishes, biography, article, blog entry) for editing  Characteristics of texts published on the Internet: development of a lead, title, subheadings, bullet points.  Discussion of communication conventions - creating a persona, empathy maps, the language of benefits, persuasive elements.  Editing and modifying text using graphic templates – Canva, Office package. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe w formie tworzenia zadanego tekstu | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Prace zaliczeniowe – średnia ocen – 50%  Kolokwium zaliczeniowe – 50% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008 2. J. Maćkiewicz, Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu, Warszawa 2010. 3. J. Wrycza-Bekir, Magia słów – jak pisać teksty, które porwą tłumy, Gliwice 2018. 4. Ewa Szczepaniak, Sztuka projektowania tekstów, Gliwice 2019. 5. D. Puzyrkiewicz, Biblia copywritingu, Gliwice 2019. 6. J. Bakalarska-Stankiewicz, Język korzyści w praktyce, Warszawa 2022 | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Kultura i norma języka polskiego B5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Culture and Norm of the Polish Language |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2, 3 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Kształcenie kompetencji językowo-komunikacyjnej w zakresie kultury języka i etyki słowa. Utrwalanie nawyków estetycznego, poprawnego i funkcjonalnego budowania wypowiedzi w mowie i w piśmie. Błędy językowe i metody ich unikania. Troska o język polski. Problemy związane z funkcjonowaniem języka w przestrzeni publicznej i internetowej. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 30h  Ćwiczenia audytoryjne – 30h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B5\_W01 | w zaawansowanym stopniu przydatną zawodowo wiedzę z zakresu językoznawstwa, szczególnie podstaw gramatyki opisowej i lingwistyki normatywnej, pozwalającą na samodzielną ocenę współczesnych zjawisk językowych, ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji komunikacyjnej, reguł językowej poprawności i etykiety językowej oraz znajomości dyskursu publicznego | | MI\_W01 | Wykład, ćwiczenia audytoryjne | Ćwiczenia sprawdzające, kolokwium semestralne pisemne, egzamin |
| B5\_W02 | w zaawansowanym stopniu rolę normy językowej w kształtowaniu stylów komunikowania i przypisanych im gatunków tekstu (wypowiedzi) oraz jej zastosowanie praktyczne w pracy zawodowej w zakresie marketingu internetowego | | MI\_W01 | Wykład | Ćwiczenia sprawdzające, kolokwium semestralne pisemne, egzamin |
| B5\_W03 | w zaawansowanym stopniu zasady językowej grzeczności i etykiety, zwłaszcza w zakresie tworzenia tekstów i wypowiedzi w marketingu | | MI\_W01 | Wykład | Kolokwium semestralne pisemne Zaliczenie roczne  Końcowy egzamin  Ćwiczenia sprawdzające |
| B5\_U01 | uczestniczyć w debacie, rzeczowo dyskutować i argumentować z wykorzystaniem umiejętności kulturalnego prowadzenia sporów; przygotować wystąpienie ustne (np. o charakterze marketingowym) zgodnie z zasadami kultury języka i etykiety | | MI\_U05 | Ćwiczenia audytoryjne | Ocena udziału w debacie |
| B5\_U02 | oceniać i analizować zjawiska językowe, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki błędów językowych i norm poprawnościowych współczesnej polszczyzny | | MI\_U06 | Ćwiczenia audytoryjne | Samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  Ćwiczenia sprawdzające, Kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin |
| B5\_U03 | ocenić poprawność tekstu (ze szczególnym uwzględnieniem tekstu marketingowego), zwłaszcza pod względem zgodności z wymogami normy językowej i etyki słowa | | MI\_U06 | Ćwiczenia audytoryjne | Grupowa praca z tekstem i dyskusja  Ćwiczenia sprawdzające  Kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin |
| B5\_K01 | rozwijania umiejętności językowych i troski o język ogólny jako najważniejszy element polskiej kultury, ze szczególnym uwzględnieniem języka marketingu | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | Dyskusja na temat problemów współczesnej normy językowej |
| B5\_K02 | odpowiedzialności za słowo i dbania o zachowanie polskiej tożsamości językowej oraz poszanowanie etyki słowa, etykiety i standardów kultury osobistej w nowych mediach cyfrowych | | MI\_K04 | Ćwiczenia audytoryjne | Dyskusja na temat problemów współczesnej normy językowej |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład 30h  Ćwiczenia audytoryjne 30h  **w sumie:**  ECTS | | | **30**  **30**  **60**  **2,4** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 40  **1,6** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia audytoryjne  Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 30  40  **70**  2,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Treści kształcenia:  Wykłady:  1. Zagadnienia teoretyczne kultury języka: definicje kultury języka, cele i zadania kultury języka; postawy wobec języka, polityka językowa i poradnictwo językowe.  2. Podstawowe pojęcia kultury języka: norma językowa i jej zróżnicowanie, uzus językowy, typy innowacji językowych, kryteria oceny innowacji językowych; definicja i klasyfikacja błędów językowych.  3. Norma językowa współczesnej polszczyzny: a) norma ortofoniczna i ortograficzna, poprawność gramatyczna (słowotwórcza, fleksyjna i składniowa) b) norma leksykalna: zagadnienia poprawności stylistycznej i leksykalnej (głównie w zakresie łączliwości wyrazów) c) norma komunikacyjna: etyka słowa, etykieta językowa, wzorce zachowań językowych, sytuacja komunikacyjna a stosowność tekstu.  Ćwiczenia (audytoryjne):  1. Błąd językowy a usterka. Ćwiczenia z zakresu rozpoznawania błędów językowych, ich właściwej klasyfikacji i korekty.  2. Wybrane zagadnienia z zakresu poprawności gramatycznej, stylistycznej i leksykalnej – praca z tekstem.  3. Błąd językowy jako element utrudniający komunikację interpersonalną na różnych poziomach i rejestrach języka.  4. Norma i kultura języka w różnych sytuacjach komunikacyjnych.  5. Ocena wartości stylistycznej i komunikacyjnej wybranych tekstów współczesnego dyskursu publicznego i medialnego. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład, wykład konwersatoryjny, ćwiczenia w analizie tekstów, ćwiczenia słownikowe, przygotowanie pracy rocznej i samodzielnej prezentacji, analiza poprawności tekstów dyskursu medialnego, dyskusja, dyskusja moderowana, kolokwium zaliczeniowe (semestr 2, 3) |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Semestralne zaliczenie na ocenę wymaga zaliczenia kolokwium. Warunkiem zaliczenia rocznego (po 3 semestrze) jest przedstawienie podlegającej ocenie pracy rocznej i indywidualnej prezentacji na wybrany temat. Stanowi to łącznie podstawę (wraz z uczęszczaniem na zajęcia) dopuszczenia do egzaminu końcowego.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. H. Jadacka, Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2005. 2. T. Karpowicz, Kultura języka polskiego. Wymowa, ortografia, interpunkcja, Warszawa 2009. 3. A. Markowski, Kultura języka polskiego. Teoria, zagadnienia leksykalne, Warszawa, 2005. 4. J. Miodek, Odpowiednie dać rzeczy słowo, Wrocław 1987. 5. E. Polański, Zasady pisowni i interpunkcji, Warszawa 2008. 6. Cegieła A., Słowa i ludzie. Wprowadzenie do etyki słowa, Warszawa 2014. 7. A. Wierzbicka, P. Wierzbicki, Praktyczna stylistyka, Warszawa 1968. 8. Zdunkiewicz-Jedynak D., Wykłady ze stylistyki, Warszawa 2010 9. Zdunkiewicz-Jedynak D., Ćwiczenia ze stylistyki, Warszawa 2010   Literatura uzupełniająca   1. D. Buttler, H. Kurkowska, H. Satkiewicz, Kultura języka polskiego, tomy 1 i 2, Warszawa 1971, 1982. 2. H. Jadacka, A. Markowski, D. Zdunkiewicz-Jedynak, Poprawna polszczyzna. Hasła problemowe, Warszawa 2008. 3. O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny, pod red. J. Miodka, Wrocław 1996. 4. W. Pisarek, Wstęp do nauki o komunikowaniu, Warszawa 2008. 5. W. Pisarek, O mediach i języku, Kraków 2007. 6. W. Pisarek, Słowo między ludźmi, Warszawa 2004. 7. Polszczyzna na co dzień, red. M. Bańko, Warszawa 2006. 8. Polszczyzna płata nam figle, pod red. J. Podrackiego, Warszawa 1991. 9. Słowniki języka polskiego (zwłaszcza poprawnościowe), Ustawa o języku polskim. 10. Poradnia językowa PWN (zasoby internetowe), wybrane hasła 11. Kubiak-Sokół A., Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Stylistyka praktyczna B6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Practical Stylistics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Rozwijanie umiejętności analizy tekstów; zagadnienia związane z funkcjonowaniem języka w przestrzeni społecznej i kulturowej, szczególnie w procesie komunikacji; różne odmiany języka (mówionego i pisanego), rejestry stylowe; tworzenie tekstów własnych, ze szczególnym uwzględnieniem tekstów z zakresu marketingu internetowego; opis i analiza tekstów pod względem normy stylistycznej i skuteczności (komunikacyjnej i perswazyjnej). | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| B6\_W01 | w zaawansowanym stopniu użyteczne zawodowo zagadnienia z zakresu praktycznej stylistyki, podstaw językoznawstwa opisowego, pragmalingwistyki i językoznawstwa normatywnego oraz komunikacji językowej w wybranych, najważniejszych społecznie typach dyskursu | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | Kolokwium zaliczeniowe | |
| B6\_W02 | w stopniu zaawansowanym obowiązujące reguły komunikacji językowej i etykiety (w sferze społecznej, biznesowej i interpersonalnej, internetowej), paradygmat stylów użytkowych i należących do nich aktualnych współcześnie typów tekstów, ze szczególnym uwzględnieniem tekstów marketingowych | | MI\_W01  MI\_W05 | Ćwiczenia warsztatowe | Kolokwium zaliczeniowe | |
| B6\_U01 | selekcjonować i syntetyzować informacje, czytając ze zrozumieniem krytycznie analizować różne teksty obecne w dyskursie publicznym, rozpoznając wyrażone w nich intencje komunikacyjne twórców | | MI\_U01 | Ćwiczenia warsztatowe | Samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  Kolokwium zaliczeniowe | |
| B6\_U02 | krytycznie analizować teksty występujące w domenie publicznej i internetowej, rozpoznając zjawiska propagandy, erystyki i manipulacji | | MI\_U02 | Ćwiczenia warsztatowe | Grupowa analiza wybranych tekstów wystąpień polityków, memów itp.; kolokwium zaliczeniowe | |
| B6\_U03 | w sposób logiczny i spójny, korzystając z nowych technologii i współczesnych mediów, samodzielnie tworzyć teksty gatunków użytkowych, także prace pisemne o charakterze naukowym, jak też porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych, używając adekwatnego, profesjonalnego słownictwa | | MI\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena samodzielnie tworzonych tekstów wybranego gatunku wypowiedzi; ocena i recenzowanie prac innych studentów  Kolokwium zaliczeniowe | |
| B6\_U04 | dyskutować i argumentować z wykorzystaniem umiejętności kulturalnego prowadzenia sporów; przygotować wystąpienie ustne, przestrzegając zasad kultury osobistej i kultury języka | | MI\_U05 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena przygotowania i wygłoszenia wystąpienia publicznego przeciwko ksenofobii i mowie nienawiści oraz udziału w dyskusji | |
| B6\_K01 | krytycznej i obiektywnej oceny swojej wiedzy i umiejętności stylistycznych | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | Obserwacja pracy na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych prac, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  **20**  0,8 |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  realizacja samodzielnych prac, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  20  50 **2,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Treści kształcenia:  1. Zagadnienia dotyczące języka jako zjawiska społecznego i kulturowego (narzędzie myślenia, poznania, komunikacji).  2. Podstawowe pojęcia: styl, stylistyka, komunikacja językowa i funkcje języka; zróżnicowanie stylistyczne współczesnej polszczyzny.  3. Język pisany a język mówiony – wskazanie różnic między wypowiedzią oralną a pismem.  4. Język i jego stylowe odmiany (zagadnienia funkcjonalnego zróżnicowania wypowiedzi użytkowej i literackiej − tzw. style funkcjonalne: styl potoczny, naukowy, urzędowo-kancelaryjny, retoryczny, publicystyczno-dziennikarski, artystyczny).  5. Reguły budowania i formułowania pism urzędowych (podanie, curriculum vitae, list motywacyjny), sporządzania różnego typu notatek, redagowania krótkiego i przejrzystego treściowo ogłoszenia.  6. Budowania planu wypowiedzi naukowej. Kształtowanie umiejętności logicznego argumentowania na rzecz przyjętej tezy wywodu oraz umiejętności wieloaspektowego oglądu postawionego problemu lub zagadnienia (hipotezy).  7. Sztuka retoryczna – umiejętne tworzenie tekstu przemówienia z wykorzystaniem odpowiednich środków artystycznych, a następnie jego wygłaszanie na forum grupy (postawa, interpretacja teksu, odpowiednia modulacja głosu).  8. Gatunki informacyjne a publicystyczne – ich charakterystyka na podstawie wybranych przykładów. Analiza recenzji prasowych beletrystyki oraz recenzji tekstu naukowego. Krytyczna analiza i ocena wydarzenia kulturalnego lub lektury – tworzenie recenzji.  9. Ocena stylistyczna tekstu, zróżnicowanie stylistyczne wypowiedzi i jego rola w aspekcie komunikacyjnym | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | dyskusja, prezentacje indywidualne, konwersatorium problemowe, pokaz; | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Semestralne zaliczenie wymaga zaliczenia kolokwium. Jest ono także podstawą (wraz z uczęszczaniem na zajęcia i uzyskaniem pozytywnych ocen z kolokwiów cząstkowych i przygotowanych prezentacji oraz wystąpień) dopuszczenia do egzaminu.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości literatury na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | Literatura podstawowa:   1. Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, red. E. Malinowska, J. Nocuń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013. 2. Kida J., Główne odmiany stylowe języka polskiego, [w:] Stylistyka, styl i język artystyczny w edukacji polonistycznej, Rzeszów 1988, s.198-207. 3. Zdunkiewicz-Jedynak D., Wykłady ze stylistyki, Warszawa 2010 4. Zdunkiewicz-Jedynak D., Ćwiczenia ze stylistyki, Warszawa 2010 5. Maćkiewicz J., Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu, Warszawa 2010 6. Kuziak M., Jak mówić, rozmawiać, przemawiać, Bielsko-Biała 2005. 7. Kuziak M., Rzepczyński S., Jak dobrze napisać: opowiadanie, podanie, streszczenie, życiorys…, Warszawa 2002.   Literatura uzupełniająca:   1. Bortnowski S., Spory o notatkę, [w:] Ścisłość i emocja, Warszawa 1977, s. 121-175. 2. Lévi-Strauss C., Kultura i język, [w:] Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów opracowali G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa 2003, s. 21-25. 3. Sapir E., Język, [w:] Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów opracowali G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa 2003, s. 49-58. 4. Stasiński P., Poetyka i pragmatyka felietonu, Warszawa 1982. 5. Kubiak-Sokół A., Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008 6. Majewska-Tworek A., Piekot T. i in., Jak pisać i redagować. Poradnik redaktora. Wzory pism użytkowych, Warszawa 2009. | | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Design Thinking B7 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Design Thinking |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski/angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poznanie metody *Design Thinking* (myślenia projektowego). Pobudzanie kreatywności oraz innowacyjnego podejścia do analizowanych zagadnień oraz rozwiązywanych problemów. Rozwinięcie kompetencji w zakresie myślenia projektowego. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| B7\_W01 | w zaawansowanym stopniu poszczególne etapy oraz przykłady zastosowania metody *Design Thinking* | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Projekt „od pomysłu do prototypu”, kolokwium | |
| B7\_U01 | organizować pracę oraz przyjmować różne role w zespole realizującym projekty przy użyciu metody *Design Thinking* z uwzględnieniem innowacyjności tworzonego produktu oraz zasad efektywnego komunikowania się | | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | Projekt „od pomysłu do prototypu”, obserwacja pracy na zajęciach | |
| B7\_K01 | krytycznej refleksji nad własnym wkładem w pracę grupy podczas planowania i realizacji projektu przy użyciu metody *Design Thinking* | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **2** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Praca własna nad przygotowaniem projektu  **w sumie:**  **ECTS** | | | | **20**  20  0,8 |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Praca własna nad przygotowaniem projektu  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  20  **50**  **2,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Wprowadzenie do koncepcji myślenia projektowego (design thinking). Warunki zaliczenia i zasady pracy projektowej podczas zajęć.  2. Omówienie kolejnych etapów procesu Design Thinking: empatia, diagnozowanie problemu, generowanie pomysłów, prototypowanie, testowanie  3. Analiza przykładów zastosowania Design thinking – studia przypadków.  4. Analiza potrzeb grupy docelowej – praca w grupach z wykorzystaniem aplikacji komputerowej wykorzystanie danych z wywiadów.  5. Empatia tworzenie i praca na Personach wstępne diagnozowanie problemu,  6. Generowanie pomysłów praca grupowa  7. Aplikacja metody DT (prototypowanie, testowanie) praca grupowa  8. Zaliczenie prezentacja ustana swoich projektów | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | dyskusja kierowana z pokazem audiowizualnym, metoda projektu, burza mózgów, praca w grupach, wizualizacja w wybranych aplikacjach komputerowych, | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Warunkiem zaliczenia | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność na pierwszych zajęciach jest obowiązkowa. Reszta nieobecności według regulaminu studiów.  Student zalicza przedmiot w dwóch obowiązkowych formach  - aktywność na zajęciach – aktywna praca nad projektem „od pomysłu do prototypu”, pod koniec każdych zajęć nauczyciel ocenia pracę nad projektem udzielając cały plus lub połowę (+ lub +/-).  - oddanie i zaprezentowanie projektu „od pomysłu do prototypu”  - w przypadku więcej niż 50% nieobecności na zajęciach oraz braku 50% aktywności (pełne plusy) obowiązkowo kolokwium z treści podanych przez nauczyciela – test wielokrotnego wyboru. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Średnia z aktywności podczas zajęć oraz z wykonania i oddania projektu  Aktywność podczas zajęć  Cały plus + student ma dane podkładowe na których pracuje na zajęciach w każdym kolejnym kroku metody wd. poleceń nauczyciela, wykonuje co najmniej 50% pracy przydzielonej na zajęcia  Połowa plusa student ma dane podkładowe na których pracuje na zajęciach w każdym kolejnym kroku metody wd. poleceń nauczyciela, wykonuje mniej niż 50% pracy przydzielonej na zajęcia  Brak aktywności student nie ma danych podkładowych do pracy, nie wykonuje poleceń nauczyciela, chce zostawić pracę do domu  Projekt „od pomysłu do prototypu”  - Zaprezentowanie projektu plus oddanie wydruku i oryginalnych danych podkładowych do projektu  - poprawność merytoryczna wykonania poszczególnych elementów projektu | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Podczas konsultacji w wyznaczonych przez nauczyciela terminach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Znajomość podstawowych pojęć związanych z zarządzaniem i marketingiem. Znajomość zasad komunikacji i pracy w grupie. | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | Literatura podstawowa   1. Z. Okraj. Design thinking inspiracje dla dydaktyki. Difin 2020 2. B. Michalska-Dominiak, P. Grocholiński, Poradnik design thinking - czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie. Helion 2019 3. B. Rudkin Ingle. Design Thinking dla przedsiębiorców i małych firm. Onepress 2015   Literatura uzupełniająca:   1. Brown T., Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność, Kraków 2013 2. Beverly R. I., Design thinking dla przedsiębiorców i małych firm. Potęga myślenia projektowego w codziennej pracy, Warszawa 2015 3. Chłodnicki M., Service Design po polsku. Jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów, Warszawa 2017 4. Hartley P., Komunikacja w grupie, Warszawa 2014 | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Warsztat pisania twórczego B8 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Creative Writing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski/angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4, 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Wykształcenie umiejętności tworzenia różnorodnych tekstów przydatnych w przyszłej pracy zawodowej.  Developing the ability to create various texts useful in future professional work. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia warsztatowe – 60 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B8\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady językoznawstwa i stylistyki oraz kultury języka polskiego oraz ich zastosowanie praktyczne przy tworzeniu tekstów | | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Egzamin |
| B8\_W02 | w stopniu zaawansowanym zasady komunikacji językowej oraz potrzeby odbiorców kultury | | | MI\_W04 | Ćwiczenia warsztatowe | | Egzamin |
| B8\_W03 | zasady ochrony własności intelektualnej w odniesieniu do tworzenia własnych tekstów | | | MI\_W06 | Ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja na zajęciach |
| B8\_U01 | selekcjonować i syntetyzować informacje przydatne do tworzenia tekstów, poddać analizie materiał językowy (w tym teksty dostępne w przestrzeni publicznej) | | | MI\_U10 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena prac samodzielnie wykonanych w ramach zajęć i prac domowych  Kolokwium zaliczeniowe |
| B8\_U02 | tworzyć teksty i porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem nowych mediów | | | MI\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena tekstów i wypowiedzi ustnych, dyskusja |
| B8\_K01 | obiektywnego oceniania tekstów pisanych (własnych i cudzych) | | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Obserwacja pracy na zajęciach, zaangażowanie w pracę na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **4** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia warsztatowe 60    **w sumie:**  ECTS | | | 60  **60**  **2,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Realizacja samodzielnych prac, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 40  **40**  **1,6** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia warsztatowe  Realizacja samodzielnych prac, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 60  40  **100**  **4,0** | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Projektowanie, tworzenie i redagowanie tekstów w różnych gatunkach: elementy opisu, typy zdań – rytm tekstu, wprowadzanie kwestii dialogowych, opis uczuć.  Analiza kształtu językowo-stylistycznego i edytorskiego tekstu.  Problematyka spójności tekstu, kohezja i koherencja. Metatekst i intertekst.  Tworzenie różnych form tekstu (sylwetka-wspomnienie, reportaż, felieton, krótki utwór fabularny)  Narracja, konstruowanie postaci  Tworzenie tekstu w różnych stylach wypowiedzi i różnych konwencjach (parafraza, parodia)  Teoria procesu twórczego – metody stymulujące działania kreatywne.  Designing, creating and editing texts in various genres: elements of description, types of sentences - text rhythm, introducing dialogue lines, description of feelings.  Analysis of the linguistic, stylistic and editorial shape of the text.  The issue of text coherence, cohesion and coherence. Metatext and intertext.  Creating various forms of text (silhouette-memory, reportage, column, short fiction piece)  Narrative, character construction  Creating texts in various styles of expression and various conventions (paraphrase, parody)  Theory of the creative process - methods stimulating creative activities. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe w formie tworzenia zadanego tekstu | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | 1. Prace zaliczeniowe maks. 50 pkt.  2. Kolokwium maks. 50 pkt    Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Dąbała J., Tajemnica i suspens. Wokół głównych problemów Creative writing, Lublin 2004. 2. J. Maćkiewicz, Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu, Warszawa 2010 3. A. Handley, C.C. Chapman, Treść jest kluczowa, Gliwice 2012 4. Swain D. V., Jak pisać, żeby publikować, przeł. M. Burdzy-Barrington, Warszawa 2010. 5. Sztuka pisania. Tajemnice warsztatu pisarstwa odsłaniają: Ernest Hemingway, John Steinbeck, Kurt Vonnegut i inni, przeł. J. Mach, Łódź 1997. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Socjologia B9 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Sociology |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Zapoznanie studentów z podstawami socjologii, zarówno ogólnej jak i szczegółowej, w tym prezentacja podstawowych zagadnień będących przedmiotem zainteresowania socjologii, w szczególności w kontekście funkcjonowania w grupie społecznej, w tym w organizacji – z uwzględnieniem odniesień do marketingu internetowego | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B9\_W01 | podstawy socjologii oraz jej zastosowanie praktyczne w działalności marketingowej, podstawowe kierunki socjologii oraz ich przedstawicieli | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium końcowe |
| B9\_W02 | rodzaje więzi społecznych, podstawowe pojęcia służące do opisu zachowań społecznych zarówno w wymiarze makrospołecznym, mezospołecznym jak i mikrospołecznym oraz ich znaczenie w działalności marketingowej | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium końcowe |
| B9\_W03 | podstawowe metody i narzędzia stosowane w badaniach socjologicznych oraz ich zastosowanie w działalności marketingowej | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium końcowe |
| B9\_W04 | kategorie opisu struktury społecznej oraz zróżnicowania społecznego, wybrane rodzaje struktur społecznych i instytucji życia społecznego oraz zachodzące między nimi relacje oraz ich znaczenie w działalności marketingowej | | MI\_W07 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium końcowe |
| B9\_U01 | dokonać analizy zjawiska socjologicznego na potrzeby marketingu internetowego (case study) | | MI\_U02 | Wykład konwersatoryjny | | Ocena prezentacji opracowanej w grupie |
| B9\_K01 | uwzględniania społecznej szkodliwości manipulacji i dezinformacji, szczególnie na linii socjologia – marketing | | MI\_K04 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | **-** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykłady:  Socjologia a inne nauki społeczne. Zróżnicowanie wewnętrzne socjologii. Socjalizacja i kształtowanie osobowości w procesie socjalizacji. Osobowość społeczna oraz tożsamość osobista i społeczna jednostki. Zachowania, działania, interakcje. Stosunki społeczne. Role społeczne i kontrola społeczna. Koncepcje ładu społecznego. Organizacja i dezorganizacja. Konformizm i dewiacje. Grupa społeczna i więź społeczna. Jednostka a grupy społeczne. Rodzina jako grupa społeczna i jako instytucja społeczna. Celowe grupy formalne. Socjologia organizacji. Typ idealny biurokracji. Cechy i dysfunkcje organizacji formalnych. Pojęcie instytucji totalnej. Władza, polityka, panowanie. Państwo i demokracja. Krążenie elit. Struktura społeczna i zróżnicowanie społeczne. Klasy i warstwy. Czynniki stratyfikacji społecznej. Koncepcje zróżnicowania społecznego. Socjologia pracy. Socjologiczne rozumienie zawodu. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny |
| **\*Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **\*Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z pisemnego testu zaliczeniowego 100% |
| **\*Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy ekonomii biznesu |
| **Zalecana literatura:** | 1. Sztompka P., Socjologia. Analiza społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków 2002. 2. Szacka B., Wprowadzenie do socjologii, Oficyna Naukowa, Warszawa 2003. 3. Klimek J., Etyka biznesu. Teoretyczne założenia, praktyka zastosowań, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014. 4. Giddens A., Socjologia, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004. |



**Karta przedmiotu**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Prawa autorskie w Internecie B10 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Copyright on the Internet |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Przedstawienie zagadnień korzystania i rozpowszechniania utworów w Internecie w prawie polskim oraz wspólnotowym. Obejmuje w szczególności problematykę odpowiedzialności za naruszenie prawa autorskiego w Internecie, zarówno użytkowników końcowych (osób, które korzystają z chronionych utworów i je udostępniają) jak i dostawcy usług Internetowych (service provider), piractwa i transferu plików muzycznych, ochrony danych osobowych użytkowników sieci, zawierania umów autorskich on-line, ochrony prawa do wizerunku rozpowszechnianego w sieci i innych dóbr osobistych. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 10 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B10\_W01 | w zaawansowanym stopniu zależności między metodą przechowywania informacji z zakresu praw autorskich i ich przekazu a środowiskiem społecznym oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy w działalności marketingowej | | K\_W02 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium pisemne |
| B10\_W02 | zasady ochrony prawa własności intelektualnej w Internecie oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy w działalności marketingowej | | K\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium pisemne |
| B10\_U01 | samodzielnie selekcjonować i analizować informacje wykorzystując znajomość praw autorskich w Internecie | | K\_U01 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium pisemne |
| B10\_U02 | dotrzymywać tempa zmianom w prawie autorskim w zakresie marketingu internetowego | | K\_U08 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja |
| B10\_K01 | przyjęcia krytycznej oceny własnej wiedzy z zakresu prawa autorskiego i skorzystania z opinii eksperta w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu | | K\_K01 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja | |
| B10\_K02 | przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do prawa autorskiego w przestrzeni Internetu i mediów | | K\_K04 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 10  10  **0,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | **-** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Zasady prawa autorskiego w sieci. 2. Przedmiot, podmioty i treść praw autorskich. 3. Umowy prawnoautorskie. 4. Organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi. 5. Odpowiedzialność cywilna i karna za naruszenie praw autorskich. 6. Ochrona wizerunku oraz korespondencji w prawie autorskim. 7. Najważniejsze zagadnienia dotyczące praw autorskich w Internecie. 8. Umowy, składanie zleceń i odpowiedzialność prawna w marketingu internetowym. Branże trudne. 9. W jaki sposób możemy wykorzystywać muzykę w internecie? 10. Czy można korzystać z dzieł osieroconych w Internecie? 11. Normy prawne dotyczące reklam w internecie. 12. Normy prawne dotyczące regulaminów i polityki prywatności dla blogów w Internecie. 13. O czym należy pamiętać przy tworzeniu umów z influencerem oraz z copywriterem. 14. Prawna ochrona treści cyfrowych w mediach społecznościowych. 15. Nowy projekt ustawy o prawach autorskich i pokrewnych. 16. Kolokwium zaliczeniowe. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny, ~~tablica sucho ścieralna~~, case study (efekt U1) |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie wykładów w formie kolokwium; zaliczenie poprawkowe – kolokwium w wyznaczonym terminie; brak egzaminu z przedmiotu. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium zaliczeniowego. Dodatkowo punktowana jest aktywność studenta na zajęciach. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 80 %- ocena z kolokwium zaliczeniowego  20 %- aktywność studenta na zajęciach (jak to zrobić) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Ochrona własności intelektualnej |
| **Zalecana literatura:** | 1. K. Chałubińska-Jentkiewicz, Prawa ochrona treści cyfrowych, Warszawa, Wolters Kluwer, 2021. 2. J. Sieńczyło- Chlabicz, Prawo własności intelektualnej. Teoria i praktyka., Wolters Kluwer, Warszawa, 2021.   **Akty prawne:**   1. ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 1994, nr 24, poz. 83 z późn. zm.) 2. ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 16 kwietnia 1993 roku (Dz. U. 1993 Nr 47 poz. 211 z późn. zm.) 3. ustawa Kodeks Cywilny z 23 kwietnia 1964 roku (Dz. U. 1964 nr 16 poz. 93 z późn. zm.) 4. Ustawa z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych (Dz.U. 2022 poz. 974) 5. Ustawa Kodeks Karny z 6 czerwca 1997 roku (Dz. U. 1997 Nr 88 poz. 553 z poen. zm.) 6. ustawa o przeciwdziałaniu narkomanii (Dz. U. 2005 Nr 179 poz. 1485 z póżn. zm.) 7. ustawa z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. 2001 Nr 126 poz. 1381 z późn. zm.) 8. Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. 1982 nr 35 poz. 230 z późn.zm.) 9. Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. 2002 nr 144 poz. 1204 z późn. zm.) |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie relacjami z klientem B11 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Customer Relations Management |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski /angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Treści programowe obejmują przygotowanie studentów do profesjonalnej obsługi klientów w przyszłej pracy zawodowej w branży marketingowej.  The program content includes preparing students for professional customer service in their future work within the scope of marketing. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Ćwiczenia warsztatowe – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B11\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia i terminy z zakresu relacji w pracy z klientem oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy w przyszłej pracy związanej z marketingiem internetowym | | MI\_W03 | Ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja na zajęciach, sprawdzian |
| B11\_W02 | w zaawansowanym stopniu podstawowe teorie dotyczące procesów skutecznej komunikacji interpersonalnej, style komunikowania się z klientem, skuteczne formy porozumiewania się z klientem, m. in. w sytuacjach konfliktowych oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy w przyszłej pracy związanej z marketingiem internetowym | | MI\_W03 | Ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja na zajęciach, sprawdzian |
| B11\_U01 | korzystać ze źródeł fachowej wiedzy, w tym norm zawierających wymagania i wytyczne w pracy z klientem | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | | Aktywność podczas zajęć, sprawdzian |
| B11\_U02 | wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu zarządzania relacjami z klientem do wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej z zakresu marketingu internetowego | | MI\_U09 | Ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja, sprawdzian |
| B11\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami z zakresu zarządzania relacjami z klientem | | MI\_K03 | Ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja na zajęciach |
| B11\_K02 | przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych w relacjach z klientem | | MI\_K04 | Ćwiczenia warsztatowe | | Obserwacja studenta podczas wykonywania zajęć w warunkach symulowanych |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Diagnoza potrzeb klienta w celu doboru właściwych form współpracy. Obserwacja oraz wywiad wstępny z klientem (oczekiwania, potrzeby, czas trwania współpracy). 2. Czynniki wpływające na sukces w pracy z klientem (wyznaczniki sukcesu, przyczyny ewentualnych niepowodzeń). 3. Orientacja na klienta i zasady zarządzania jakością obsługi klienta z perspektywy normy ISO 9001. 4. Badanie satysfakcji klienta jako ważna część współpracy 5. Diagnosis of the client's needs in order to select the right forms of cooperation. Observation and initial interview with the client (expectations, needs, duration of cooperation). 6. Factors affecting success in working with the client (determinants of success, reasons for possible failures). 7. Customer focus and principles of customer service quality management from the perspective of ISO 9001. 8. Customer satisfaction survey as an important part of cooperation. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia, studia przypadków  lecture, case studies |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Kolokwium zaliczeniowe / knowledge check |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z kolokwium – 100% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Socjologia |
| **Zalecana literatura:** | 1. Adler R.B., Rosenfeld L.B., Proctor II R.F. (2016), *Relacje interpersonaln*e (tłum. G. Skoczylaz). Poznań: Rebis 2. Adam Hamrol, *Zarządzanie i inżynieria jakości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017 3. Newell Frederick, *Zarządzanie relacjami z klientami w nowej erze marketingu internetowego,* IFC Press, Warszawa 2002. 4. Maciej Mitręga, *Marketing relacji - teoria i praktyka*, CEDEWU, Warszawa 2018. 5. Thomas Erikson, Od upadku do sukcesu. Jak porażkę przekuć w złoto, Wydawnictwo: Wielka Litera 2020 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Język specjalistyczny (Media and Marketing) B12 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Specialised Language (Media and marketing) |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski/angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5, 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Rozwijanie i doskonalenie kompetencji językowych dla potrzeb zawodowych, poszerzenie posiadanej przez studenta znajomości języka obcego ogólnego o umiejętność posługiwania się słownictwem specjalistycznym charakterystycznym dla marketingu internetowego, przygotowanie do korzystania z obcojęzycznych źródeł w zakresie marketingu internetowego | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Ćwiczenia warsztatowe – 60h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| B12\_W01 | zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku angielskim w zakresie marketingu i mediów | | | | MI\_W06 | Ćwiczenia warsztatowe | Prace zaliczeniowe  Testy  Egzamin |
| B12\_U02 | posługiwać się językiem obcym specjalistycznym w dziedzinie marketingu internetowego | | | | MI\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | Prace zaliczeniowe  Testy  Egzamin |
| B12\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami w zakresie języka obcego specjalistycznego | | | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | Obserwacja pracy na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 4 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia warsztatowe 60  **w sumie:**  ECTS | | | 60  **60**  **2,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Budowanie zasobów leksykalnych, wykonywanie dodatkowych zadań praktycznych (m.in. analiza i tworzenie tekstów, poprawa błędów)  **w sumie:**  ECTS | | | 40  **40**  **1,6** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia warsztatowe  ćwiczenia wykorzystania języka specjalistycznego w warunkach zbliżonych do rzeczywistych warunków pracy (zgodnie z treściami szczegółowymi)  **w sumie:**  ECTS | | | 60  15  **75**  **3** | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | | 1. Business profiles – introducing a company, presenting its history, present operations and future plans 2. Numbers, orders, invoices – processing orders, terms of payment, basics of accounting 3. Reporting changes in business performance – presenting and comparing changes in prices, production output etc, reading graphs and charts 4. Digital media technology; media now and then 5. Communication methods: text, audio, image, video 6. Product description – adjectives describing features; presenting products or services 7. Modern marketing tools in business – online advertising, social media, customer relationship management, content creation, event marketing etc 8. Advertising as the art of persuasion- methods and tools of advertising, analysing target audience, exposure, comparing effectiveness 9. Social media as a marketing tool or a profitable business opportunity, case studies,   digital and social media content manager vs. social media influencer   1. Digital marketing risks and challenges – lack of research, choosing too few channels, SEO failures, lack of creativity, public image threats etc. 2. Online culture and habits; social media metrics 3. Business ethics online; offensive or illegal content, legal issues 4. Information security; data usage and protection 5. Charitable marketing – boosting the image of a company by corporate charitable actions, case studies 6. Social business model – business responding to the needs of local communities, analysing benefits 7. Social media campaigns for business and politics 8. Business correspondence – requests, enquiries, complaints etc., useful phrases 9. Successful presentations – strategies, visual aids, useful language 10. Careers in social media, future of online marketing 11. BEC Preliminary- Reading - exercises 12. BEC Preliminary – Listening, Speaking – exercises | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | | Dominującą metodą kształcenia będzie metoda komunikatywna wykorzystująca indywidualne formy pracy, pracę w parach lub w całej grupie w oparciu o zadania, ćwiczenia, dyskusje, prezentacje multimedialne, projekty. Praca na zajęciach skoncentrowana będzie na rozwijaniu sprawności słuchania, mówienia, czytania i pisania. | | | | |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | | Zaliczenie poszczególnych treści na ćwiczeniach w formie testów, zaliczeń ustnych, prezentacji i prac pisemnych. Wymagana jest ocena pozytywna z każdej ocenianej aktywności.  Zaliczenie poprawkowe powinno być dokonane do końca każdego semestru. | | | | |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | | aktywne uczestnictwo w zajęciach: 20%  prace pisemne przygotowywane poza zajęciami: 20%  testy: 60%  Wymagane jest zaliczenie wszystkich powyższych elementów. | | | | |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany podczas jego nieobecności. | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | | Zaleca się znajomość języka u studenta rozpoczynającego kurs na poziomie B2 | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | | **Podręczniki:**   1. Social Media Marketing, Sylwia Davidson, Jenny Dooley, Express Publishing 2020 2. Skrypt Business English Essentials, Joanna Krochmal, Elżbieta Pawlik, KPU w Krośnie 2021 3. Materiały własne lektorów prowadzących zajęcia.   **Literatura uzupełniająca**   1. Cambridge English for Marketing, Elizabeth Lee, Nick Ceramella, Cambridge 2014 2. Przykładowe testy Business English Certificate Preliminary, Cambridge University Press | | | | |

# C. Grupa przedmiotów kierunkowych

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) C1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to Digital Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Wprowadzenie studentów do marketingu internetowego. Kanały marketingu internetowego, ich wady, zalety i różnice między nimi. Kurs *Grow with Google* z certyfikatem. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C1\_W01 | w zaawansowanym stopniu teorie oraz praktyczne zastosowanie kanałów marketingu internetowego | | | | MI\_W02 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja na zajęciach, obserwacja pracy na zajęciach |
| C1\_W02 | w zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia wspomagające promocję strony internetowej w Internecie | | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja na zajęciach, obserwacja pracy na zajęciach |
| C1\_U01 | zaplanować i wdrożyć strategię marketingową dla wybranej marki | | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe |
| C1\_U02 | dostosować swą praktykę komunikacyjną w zakresie obecności marki w Internecie do zasad stosowanych w wyszukiwarkach internetowych | | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe |
| C1\_U03 | posługiwać się terminologią z zakresu kanałów marketingu internetowego, narzędzi, funkcjonalności i metryk analitycznych | | | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe |
| C1\_U04 | dotrzymywać tempa zmianom technologii służącym wyszukiwaniu danych; zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki marketingowej | | | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, zdobycie certyfikatu Google |
| C1\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy nad projektami marketingowymi | | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy nad projektem |
| C1\_K02 | przejawiania inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego marketera | | | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na ćwiczeniach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 3 | | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu; praca własna nad zdobyciem certyfikatu *Grow with Google*  **w sumie:**  ECTS | | | | | 45  **45**  **1,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Całokształt ćwiczeń i pracy własnej  **w sumie:**  ECTS | | | | | 75  **75**  **3,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | 1. Podstawowe pojęcia w Marketingu Internetowym (np. domena, url, ugc, wizyta, sesja) – audyt strony internetowej 2. Charakterystyka rynku reklamy internetowej - 3. Dane o Internautach w Polsce i na Świecie 4. Rodzaje kanałów komunikacji w Internecie 5. Modele zakupu i emisji reklam 6. Podstawowe narzędzia i mierniki skuteczności kampanii reklamowych 7. Podstawowe zagadnienia przy współpracy z agencją reklamową 8. Online vs Offline – zależności i różnice | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Ćwiczenia projektowe | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanego materiału w formie przeprowadzanych ćwiczeń. Zaliczenie projektów. Zdobycie certyfikatu Google. | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Zaliczenie poszczególnych projektów 50%  Zdobycie certyfikatu Google: 50% | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Udział w konsultacjach | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. <https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/1384851> 2. Biblia e-biznesu 3.0 – praca zbiorowa. 3. E-MARKETING. Planowanie, narzędzia, praktyka – Grzegorz Mazurek. | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Marketing C2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 6 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Problematyka marketingu przedsiębiorstw i zasad jego stosowania w gospodarce rynkowej. Istota i rozwój marketingu, zachowania konsumentów. Segmentacja rynku. Strategie marketingowe, analiza SWOT, pięć sił Portera, macierz BCG. Marketing-mix: produkt, cena, promocja, dystrybucja, reklama i etyka przekazu. Handel internetowy, e-commerce, efekt ROPO, wprowadzanie nowych produktów i budowanie marki. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 30 h  Ćwiczenia projektowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| C2\_W01 | w zaawansowanym stopniu istotę marketingu i jego rolę w gospodarce rynkowej oraz ewolucję koncepcji marketingu | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | |
| C2\_W02 | w zaawansowanym stopniu czynniki wpływające na zachowania konsumentów – głównych podmiotów oddziaływania marketingu | | MI\_W04 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | |
| C2\_W03 | uwarunkowania działań marketingowych podmiotów rynkowych wynikające z ich otoczenia | | MI\_W07 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | |
| C2\_U01 | tworzyć spójną kompozycję marketingową kierowaną do określonego segmentu rynku | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | |
| C2\_U02 | tworzyć narzędzie pozyskania informacji o preferencjach konsumentów poszukując przyczyn określonego stanu | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | |
| C2\_U03 | planować działania marketingowe przedsiębiorstwa, konstruując jego cele. | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | |
| C2\_U04 | opracowywać i przeprowadzać syntetyczną prezentację dotyczącą wybranego aspektu marketingu | | MI\_U10 | Ćwiczenia projektowe | Referat z prezentacją | |
| C2\_K01 | akceptacji różnych koncepcji rozwiązań problemów marketingowych postawionych do analizy w trakcie grupowego przygotowania projektów oraz stosownego argumentowania własnych poglądów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach | |
| C2\_K02 | przejawiania inicjatywy działań w sposób przedsiębiorczy, przewidywania konsekwencji podejmowania przedsięwzięć społeczno-gospodarczych w kontekście marketingu | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach grupowych | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 6 | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  30  **60**  **2,4** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie projektów  Przygotowanie do egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  40  20  **90**  **3,6** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  40  **70**  **2,8** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykład:**   1. Istota marketingu i jego rozwój. 2. Nabywcy, konsumenci i ich zachowania. Profil konsumentów. 3. System informacji marketingowej. Metodyczne uwagi o konstrukcji badań marketingowych i kreowania narzędzi diagnostycznych. 4. Segmentacja rynku. Cechy, kryteria i przebieg segmentacji. Pozycjonowanie produktu w segmentach rynkowych. 5. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa. Otoczenie ogólne i operacyjne. Elementy zależne i niezależne otoczenia rynkowego. 6. Analiza strategiczna w marketingu. Analiza SWOT. Analiza pięciu sił Portera. Analiza BCG. 7. Poziomy strategii przedsiębiorstw. Strategia marketingowa jako strategia poziomu funkcjonalnego. Wybrane warianty strategii marketingowej. 8. Ewolucja koncepcji marketing-mix. 9. Produkt jako element marketingu-mix. Struktura, rodzaje i jakość produktu. Cykl życia produktu. Fazy, rodzaje, decyzje przedsiębiorstw i ich rezultaty. Model adaptowania innowacji. 10. Ranga ceny w kompozycji marketingu-mix. Cele polityki cenowej. Ukierunkowanie polityki cenowej. Wybór polityki cenowej. 11. Promocja. Definicja i funkcje promocji. Promotion-mix 12. Podstawowe pojęcia i koncepcje handlu w sieci. 13. Efekt ROPO (Research Online, Purchase Offline) i showrooming (odwrócone ROPO). Wpływ Ropo i showrooming na handel w sieci. 14. E-commerce i inne obszary marketingu internetowego. Trendy. Rynek E-commerce w Polsce. 15. Określenie znaczenia reklamy jako narzędzia marketingu. Etyka reklamy. Kobiecość w reklamie. Reklama funeralna. Archetyp macho. Erotyka w reklamie. Reklama kierowana do dzieci. – studium przypadków. 16. Dystrybucja w koncepcji marketingowej.   **Ćwiczenia projektowe**: wszystkie poniższe zagadnienia opracowywane są praktycznie, na wybranych przykładach   1. Definiowanie rynku i jego elementów. 2. Identyfikacja stylów życia klientów. Określanie znaczenia hierarchii potrzeb w marketingu. Analiza przebiegu procesu decyzji zakupowych. 3. Opracowanie blankietu wywiadu kwestionariuszowego do realizacji wśród konsumentów i realizacja badania pilotażowego. 4. Propozycja segmentacji klientów i specyficzne elementy oferty skierowanej do wybranego segmentu rynku. 5. Analiza SWOT / TOWS. Formułowanie normatywnych strategii działania. 6. Przeprowadzenie analizy portfelowej z wykorzystaniem macierzy BCG. 7. Określanie wizji, misji i celów przedsiębiorstwa jako uwarunkowania sprawnej realizacji działań marketingowych. 8. Definiowanie asortymentu i asortymentacji. Określanie struktury asortymentu: rodzina, klasa, linia, pozycja produktu. Określanie poziomej i pionowej złożoność asortymentu. 9. Definiowanie znaku towarowego. Określanie funkcji, strategii i rodzajów marek. 10. Opakowanie produktu i jego funkcje. 11. Omówienie schematu wprowadzania nowego produktu. 12. Metody ustalania cen. 13. Promocja osobista, promocja sprzedaży, public relations. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład z elementami dyskusji moderowanej.  Prezentacja z wykorzystaniem multimediów, w tym tematycznych fragmentów filmowych.  Ćwiczenia projektowe obejmują dyskusję moderowaną, referaty studentów oraz zespołową pracę w podgrupach. |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | **Zaliczenie ćwiczeń:**  aktywne uczestnictwo studentów w prowadzonej na ćwiczeniach dyskusji kierowanej – **5%**,  aktywność i poprawność rozwiązywania problemów postawionych do realizacji w trakcie ćwiczeń (średnia ocena z projektów zrealizowanych w trakcie ćwiczeń) - **30%.**  pozytywna ocena z kolokwium w formie testu sprawdzającego stopień opanowania przez studentów materiału podanego w trakcie ćwiczeń oraz wskazanej literatury - **35%**  poprawne zrealizowanie wybranych przez prowadzącego ćwiczenia zagadnień do samodzielnego opracowania (referat z prezentacją) - **30%**  **Ocena z ćwiczeń** = 35% ocena z kolokwium + 30% średnia ocena z projektów + 30% średnia ocena za referat z prezentacją + 5% ocena za aktywność  **Zaliczenie egzaminu:**  Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie pozytywnej oceny z ćwiczeń.  Egzamin pisemny przeprowadzony w oparciu o test jednokrotnego wyboru z możliwością rozszerzenia o część opisową - **100%**  Student musi uzyskać ocenę pozytywną z każdej ocenianej aktywności w trakcie trwania semestru. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Jeśli student nie był obecny lub nie uczestniczył w stopniu zadowalającym w realizacji projektu otrzymuje za niego ocenę 0 (mnożnik 0), co w istotny sposób obniża średnią ocenę z projektów. Obecność i zaangażowanie studenta pozwalają zachować mu ocenę uzyskaną za realizację projektu (mnożnik 1) |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | **Ocena końcowa = 50% oceny z ćwiczeń + 50% oceny z egzaminu** |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany na zajęciach. Po jego przygotowaniu student zobowiązany jest do oddania go do sprawdzenia osobie prowadzącej ćwiczenia (w kontakcie bezpośrednim, wysłanie na adres e-mail lub przez platformę e-learning). |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Altkorn J. (red.), *Podstawy marketingu*, Instytut Marketingu, Kraków 2006. 2. Kotler P. i inni, *Marketing 4.0*, MT Biznes, Warszawa 2017 3. Łobos K., Styś A., *Współczesne problemy zarządzania i marketingu*, Difin, Warszawa 2016 4. Mruk. H., *Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2018 5. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W. *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy.* PWE Warszawa 2008. 6. Cheverton P., *Kluczowe umiejętności marketingowe. Strategie, techniki i narzędzia sukcesu rynkowego*, Helion, Gliwice 2006. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Teorie komunikowania masowego C3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Theory of Mass Communication |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Podstawowe teorie komunikowania masowego (elementy, determinanty, poziomy procesu komunikowania, kompetencja komunikacyjna). Etapy rozwoju mediów masowych. Specyfika funkcjonowania typów mediów masowych z elementami prawa medialnego. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 20 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C3\_W01 | w zaawansowanym stopniu teorie mediów, w tym mediów cyfrowych  i społecznościowych oraz ich zastosowania praktyczne w pracy marketera | | | MI\_W02 | Wykład konwersatoryjny | Egzamin końcowy |
| C3\_W02 | w zaawansowanym stopniu teoretyczne aspekty funkcjonowania mediów, społeczeństwa informacyjnego oraz kultury masowej, w celu zwiększania świadomości własnej uczestnictwa w kulturze oraz krytycznego ustosunkowywania się do roli zawodowej | | | MI\_W02 | Wykład konwersatoryjny | Egzamin końcowy |
| C3\_W03 | w zaawansowanym stopniu zależności między medium użytym w komunikacji marketingowej a otoczeniem społecznym, co pozwala mu realizować skutecznie cele zawodowe | | | MI\_W03 | Wykład konwersatoryjny | Egzamin końcowy |
| C3\_U01 | znajdować argumenty teoretyczne oraz zjawiska podważające wybrane propozycje teoretyczne, określać zakres stosowania terminologii i teorii w celu wykrycia manipulacyjnych zastosowań teorii | | | MI\_U05 | Wykład konwersatoryjny | Egzamin końcowy |
| C3\_U02 | dostrzegać tempo przemian technologicznych i społecznych wraz z towarzyszącą im koniecznością budowania nowych modeli teoretycznych odnoszących się do świata mediów | | | MI\_U08 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja, egzamin końcowy |
| C3\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnością oceny adekwatności własnych przekonań względem środowiska społecznego i zawodowego oraz podejmowania próby zrozumienia rzeczywistości medialnej i swej w niej roli | | | MI\_K01 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja |
| C3\_K02 | aktywnego działania na rzecz rozwoju świadomości oddziaływania mediów na procesy społeczne | | | MI\_K02 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja |
| C3\_K03 | przestrzegania zasad etyki mediów, ze szczególnym uwzględnieniem szkodliwości manipulacji i dezinformacji w komunikacji marketingowej i społecznej | | | MI\_K04 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  **20**  **0,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  **10**  **0,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **-** | | | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | wykład 1: Geneza komunikowania masowego  wykład 2: Komunikowanie (proces) – zagadnienia wprowadzające  wykład 3: Kompetencja komunikacyjna – szumy w komunikowaniu  wykład 4: Poziomy procesu komunik. – komunikowanie masowe  wykład 5-6: Tradycyjne teorie komunikowania masowego  wykład 7: Komunikowanie masowe a kultura  wykład 8: Główne wątki tematyczne w teoriach mediów masowych  wykład 9: Modele komunikowania masowego  wykład 10: Typy instytucji nadawczych  wykład 11: Determinanty rozwoju mediów masowych  wykład 12: Media masowe – prasa (charakterystyka, znaczenie)  wykład 13: Media masowe – muzyka (charakterystyka, znaczenie)  wykład 14: Media masowe – radio (charakterystyka, znaczenie)  wykład 15: Media masowe – film (charakterystyka, znaczenie)  wykład 16: Media masowe – telewizja (charakterystyka, znaczenie)  wykład 17: Media masowe – Internet (charakterystyka, znaczenie)  wykład 18: Oddziaływanie mediów masowych  wykład 19: Tradycyjne a nowe funkcje komunikowania masowego  wykład 20: Tradycyjne a nowe gatunki dziennikarskie | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Wykład interaktywny, dyskusja problemowa, prezentacja multimedialna | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie przedmiotu na podstawie pozytywnie zdanego egzaminu końcowego | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność jest nieobowiązkowa. | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Zaliczenie przedmiotu na podstawie pozytywnie zdanego egzaminu końcowego | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | - | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | **Obowiązkowa:**   1. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie*  *i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, PWN, Warszawa 2017 2. *Leksykon terminów medialnych (A-L)*, *(M-Z)*, pod red. K. Wolnego-Zmorzyńskiego, K. Doktorowicz, P. Płanety, R. Filasa, wyd. A. Marszałek, Toruń 2024, 3. McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa, 2022, PWN 4. Mrozowski M., *Media masowe, władza, rozrywka i biznes*, Warszawa, 2001   **Uzupełniająca:**   1. Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna*, WSiP, Warszawa 2005 2. *Media*, pod red. E. Banaszkiewicz-Zygmunt , PWN, Warszawa 2000 3. *Nowe Media w komunikacji społecznej w XX wieku*, pod red. M. Hopfingera, Warszawa 2005 4. *Słownik terminologii medialnej*, pod red. W. Pisarka, Kraków 2006 5. Wszołek M., *Teorie komunikacji i mediów*, Libron, Warszawa 2017 | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Grafika komputerowa C4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Computer Graphics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Rodzaje programów graficznych, zasady tworzenia grafiki wektorowej i rastrowej. Umiejętność obsługi oprogramowania graficznego oraz tworzenia grafiki wektorowej i rastrowej. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Ćwiczenia laboratoryjne – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| C4\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia i obróbki grafiki wektorowej i rastrowej oraz obsługi programów graficznych | | MI\_W05 | Ćwiczenia warsztatowe | Dyskusja, ocena zadań laboratoryjnych | |
| C4\_W02 | w zaawansowanym stopniu możliwości i ograniczenia wykorzystywanego oprogramowania graficznego | | MI\_W05 | Ćwiczenia warsztatowe | Dyskusja, ocena zadań laboratoryjnych | |
| C4\_U01 | obsługiwać oprogramowanie do tworzenia i obróbki grafiki wektorowej i rastrowej | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C4\_U02 | przetwarzać i obrabiać gotowe obrazy (fotografie cyfrowe) w celu ich późniejszego wykorzystania w projektach | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C4\_U03 | stworzyć od podstaw grafikę cyfrową przy użyciu dostępnego oprogramowania | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C4\_U04 | ciągłe uzupełniać własną wiedzę i umiejętności w obliczu szybko rozwijających się technologii związanych z tworzeniem i obróbką grafiki komputerowej | | MI\_U08 | Ćwiczenia warsztatowe | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C4­\_K01 | krytycznego podejścia wobec własnych umiejętności związanych z grafiką komputerową | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | Obserwacja pracy podczas zajęć, rozmowa | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia laboratoryjne:  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **0,6** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Doskonalenie umiejętności obsługi aplikacji graficznych, realizacja zadań graficznych  **w sumie:**  ECTS | | | | 35  **35**  **1,4** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia laboratoryjne oraz całokształt pracy własnej  **w sumie:**  ECTS | | | | 50  **50**  **2,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Grafika wektorowa:  narzędzia rysujące, obiekty i obrazy wektorowe, edycja krzywych, rysowanie linii transformacje obiektów, zarządzanie warstwami, praca z tekstem, zapisywanie obrazów graficznych  Grafika rastrowa:  narzędzia graficzne, tworzenie obrazu, korekcja tonalna i retusz, warstwy obrazu, maski edycyjne i ścieżki odcinania, filtry, zmiana właściwości obrazu; retusz i korekta obrazu, zmiana kolorów obrazu, tworzenie obrazów graficznych od podstaw; filtry i efekty na obrazach graficznych |
| **Metody i techniki kształcenia:** | laboratorium – pokaz praktyczny, zadania problemowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Realizacja kompletu zadań laboratoryjnych |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach laboratoryjnych jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z laboratorium 100% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Odrobienie zadań i projektów we własnym zakresie i przedstawienie ich prowadzącemu. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Nie określa się |
| **Zalecana literatura:** | Podstawowa:   1. Roland Zimek, *ABC CorelDRAW 2018 PL*, Helion Gliwice 2019 2. Andrew Faulkner, Conrad Chavez, *Adobe Photoshop PL. Oficjalny podręcznik. Edycja 2020 (ebook),* Helion 2021     Uzupełniająca:   1. Błażej Witkowski, *GIMP. Poznaj świat grafiki komputerowej,* (ebook) Helion 2019 – UAKTUALNIC LIT. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Projektowanie graficzne C5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Graphic Design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1, 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Tworzenie funkcjonalnych projektów graficznych z uwzględnieniem zasad i potrzeb marketingu internetowego | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia projektowe – 35 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C5\_W01 | | w zaawansowanym stopniu techniczne uwarunkowania i zasady związane z komputerowym przetwarzaniem plików graficznych | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów, dyskusja |
| C5\_W02 | | w zaawansowanym stopniu zasady projektowania graficznego i grafiki użytkowej, a także relacje między funkcjonalnością projektu a jego estetyką | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów |
| C5\_U01 | | wykonywać różnorodne projekty graficzne na użytek marketingu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem powiązania koncepcji graficznej z treścią komunikatu marketingowego | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów |
| C5\_U02 | | zastosować profesjonalne oprogramowanie graficzne do realizacji zadań projektowych | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów |
| C5\_U03 | korzystać z różnorodnych możliwości technicznych i technologicznych (w tym również sprzętowych), wdrażać je w swoich projektach | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów |
| C5\_U04 | | posługiwać się fachową terminologią z zakresu komunikacji wizualnej, brand marketingu i designu | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów |
| C5\_K01 | | przejawiania inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, poznawania nowych sposobów tworzenia projektów graficznych; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacja pracy podczas zajęć, rozmowa |
| C5\_K02 | | przestrzegania zasad etyki zawodowej w pracy grafika komputerowego | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Rozmowa podczas zajęć |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 5 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe 45  **w sumie:**  ECTS | | | 35  **35**  **1,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Lektura materiałów teoretycznych  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 20  60  **90**  **3,2** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 35  60  **95**  3,8 | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykład:**  Zasady technicznego przygotowania projektów graficznych, formaty grafiki i ich zastosowanie, kompresja danych.  Podstawy wiedzy o barwach, atrybuty barw, addytywne i subtraktywne przestrzenie barw. Rozdzielczość obrazu: właściwości pikseli, rodzaje rozdzielczości, interpolacja, zmiana wielkości obrazu i metody ponownego próbkowania, ustalanie rozdzielczości obrazu  Zasady projektowania grafiki na użytek mediów tradycyjnych i elektronicznych, kompozycja graficzna,  **Ćwiczenia projektowe**  Projekt elementów systemu identyfikacji wizualnej.  Projektowanie grafiki reklamowej, projekt rand internetowego o charakterze informacyjno-reklamowym, projekt kampanii reklamowej produktu w randoję.  Projekty grafiki do social media  Projektowanie grafiki serwisu internetowego. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład: wykład informacyjny, pokaz praktyczny,  Laboratorium: zadania problemowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Realizacja kompletu zadań projektowych |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach laboratoryjnych jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z laboratorium 100% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Odrobienie zadań i projektów we własnym zakresie i przedstawienie ich prowadzącemu. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Nie określa się |
| **Zalecana literatura:** | **Literatura podstawowa**   1. David Dabner, Eric Zempol, Stewart Sandra, Szkoła projektowania graficznego. Zasady i praktyka, nowe programy i technologie, Arkady 2019   **Literatura uzupełniająca**   1. Anna Benicewicz-Miazga, Grafika w biznesie. Projektowanie elementów tożsamości wizualnej – logotypy, wizytówki oraz papier firmowy, wydanie II, Helion, Gliwice 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Tworzenie treści reklamowych C6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Creating Advertising Content |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Opracowywanie różnorodnych treści reklamowych | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C6\_W01 | w zaawansowanym stopniu rodzaje treści pisanych na stronach internetowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | | Kolokwium |
| C6\_U01 | stworzyć treści z zastosowaniem w Linkbuildingu | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe |
| C6\_U02 | opracować hasło reklamowe | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe |
| C6\_U03 | napisać różnorodne treści o charakterze marketingowym | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe |
| C6\_K01 | krytycznej oceny treści reklamowych, w tym własnych | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacja pracy podczas zajęć, dyskusja |
| C6\_K02 | przejawiania inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi w zakresie treści reklamowych | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacja pracy podczas zajęć, dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów obejmujących analizę i tworzenie różnorodnych treści reklamowych  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Całokształt ćwiczeń projektowych i pracy własnej  **w sumie:**  ECTS | | | 75  **75**  3 | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści. * Rodzaje treści. Ogólne wytyczne tworzenia treści. * Opracowanie haseł reklamowych. * Jak tworzyć treści, które sprzedają. * Pisanie treści na strony internetowe. * Treść na sklepy internetowe. * Opisy kategorii i produktów . * Treść na stronę główną. * Treść na randoję “o nas” * Wpisy blogowe. * Artykuły specjalistyczne, poradniki. * Tworzenie treści z zastosowaniem w Linkbuildingu. * Jak pisać posty w Social Mediach. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Obecność na zajęciach – 20%  Systematyczne projekty z realizowanego materiału (w tym 2 prace zaliczeniowe) – 35%  Kolokwium końcowe – 45%  10 pytań (zamkniętych i rozbudowanych otwartych) |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa.  Zasady tworzenia i optymalizacji treści jest podstawą w realizacji efektownych działa marketingu internetowego. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Elementy zarządzania informacją i komunikacją w przedsiębiorstwie*, Zbigniew Martyniak (red.), Kraków 1997. 2. Jill Dyche, *CRM. Relacje z klientami,* Helion, Gliwice 2002 3. Bartosz Deszczyński, *CRM i strategia system zarządzanie zmianą*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011. 4. Chris Brogan, *Google+ dla biznesu. Opanuj nowy kanał kontaktów z klientami,* One Press / Helion, Gliwice 2012. 5. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce*, Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. 6. Newell Frederick, *Zarządzanie relacjami z klientami w nowej erze marketingu internetowego,* IFC Press, Warszawa 2002. 7. Maciej Mitręga, *Marketing relacji – teoria i praktyka*, CEDEWU, Warszawa 2018. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji C7 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Visual Aesthetics and Editorial Design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Podstawy projektowania publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem edycji elektronicznych, podstawy estetyki i komunikacji wizualnej. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 10 h, ćwiczenia projektowe –20 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C7\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia związane z estetyką, kompozycją, kolorem i typografią. Ma ogląd współczesnych technologii internetowych oraz ich tradycyjnych odpowiedników związanych z wyżej wymienionymi zagadnieniami | | MI\_W02 | Wykład | | Kolokwium zaliczeniowe |
| C7\_W02 | w zaawansowanym stopniu znaczenie elementów składowych komunikacji wizualnej oraz ich miejsce w konstrukcji spójnego przekazu | | MI\_W05 | Wykład | | Kolokwium zaliczeniowe |
| C7\_U01 | świadomie komponować swoje projekty graficzne z elementów niosących ze sobą żądane znaczenia, dbając o ich odpowiedni poziom estetyczny i semantyczny | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych,  Kolokwium zaliczeniowe |
| C7\_U02 | samodzielnie korzystać z podstawowych narzędzi i technologii internetowych w celu osiągnięcia estetycznych publikacji | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych,  Kolokwium zaliczeniowe |
| C7\_K01 | obiektywnego i krytycznego ocenienia estetyki efektów własnych projektów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Ocena aktywności na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 5 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 10  20  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Analiza projektów, realizacja samodzielnych projektów  **w sumie:**  ECTS | | | **95**  **95**  **3,4** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Analiza projektów, realizacja samodzielnych projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 20  95  **115**  **4,6** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Przedstawienie zagadnień związanych z pojęciem estetyki w kontekście publikacji, a w szczególności publikacji elektronicznej. Omówienie problematyki kompozycji, koloru, symbolu, typografii i grafiki komputerowej z uwzględnieniem ich roli komunikacyjnej.  Samodzielna realizacja projektów wykorzystujących nabytą w toku wykładu wiedzę przy użyciu współczesnych technologii internetowych (HTML, CSS) ze wskazaniem dróg i środków dalszego samokształcenia. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia projektowe, projekty |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe – projekty: maks. 40 pkt.  3. Kolokwium: maks. 30 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | projektowanie graficzne, grafika komputerowa |
| **Zalecana literatura:** | 1. Frutiger A., *Człowiek i jego znaki.* Wyd. D2D.pl, Warszawa 2022. Strzemiński W., *Teoria widzenia.* Wyd. Muzeum Sztuki w Łodzi, Łódź 2016. 2. Chwałowski R., *Typografia typowej książki.* Wyd. HELION*,* Warszawa 2002. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Promocja marki C8 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Brand Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Kanały marketingowe, identyfikacja wizualna marki, logotyp | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h  ćwiczenia projektowe – 15 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C8\_W01 | w zaawansowanym stopniu teorie z zakresu marketingu marki | | MI\_W03 | Wykład | Egzamin |
| C8\_W02 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem wizerunku marki | | MI\_W05 | Wykład | Egzamin |
| C8\_W03 | podstawowe zasady ochrony własności intelektualnej, szczególnie w zakresie przestrzegania praw zastrzeżonych  i wizerunku | | MI\_W06 | Wykład, ćwiczenia projektowe | Egzamin, dyskusja na zajęciach |
| C8\_U01 | samodzielnie zaprojektować logotyp oraz strategię wizerunkową marki | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C8\_U02 | komunikować się z członkami zespołu w profesjonalny sposób w trakcie przygotowywania projektów | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na zajęciach |
| C8\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy; nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta podczas realizacji projektów dotyczących promocji marki | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja na zajęciach, obserwacja pracy na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 15  20  **35**  **1,4** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **WYKŁADY**  WYKŁAD 1-2. Wprowadzenie do przedmiotu, omówienie podstawowych zagadnień  WYKŁAD 3-4. Omówienie internetowych kanałów marketingowych służących budowaniu marki.   * + Strona www   + Pozycjonowanie   + Kampanie ppc   WYKŁAD 5-6.   * + Social media   + Content marketing   + E-mail marketing   + Wizytówka Google   WYKŁAD 7-8.   * + Reklama wideo   + Marketing szeptany   + Serwisy ogłoszeniowe   WYKŁAD 9-11. Identyfikacja wizualna marki  WYKŁAD 12-13. Spójność przekazu  WYKŁAD 15-15. Rola i cechy dobrego logotypu  **ĆWICZENIA**  Ćw. 1-2. Grupa docelowa  Ćw. 3. Zespół kreatywny  Ćw. 4. Reklama kreatywna  Ćw. 5. Projektowanie kampanii reklamowej  Ćw. 6. Badania jako źródło informacji  Ćw. 7. Copywriting – slogan reklamowy  Ćw. 8-9. Copywriting – tekst reklamowy  Ćw. 10 – 11. Reklama. Typy. Determinanty  Ćw. 12-13. Reklama telewizyjna – spot  Ćw. 14-15. Brief reklamowy | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie projektu końcowego i egzaminu | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Egzamin 50%  Projekt końcowy 50% | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidualnie na konsultacjach | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Małgorzata Karpińska-Krakowiak, *Kapitał marki w mediach społecznościowych,* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019. 2. Jarosław Królewski, Paweł Sala*, E-marketing. Współczesne trendy Pakiet startowy,* PWN, Warszawa 2016. 3. Paweł Tkaczyk, *Zakamarki marki,* Helion*,* Gliwice 2017. 4. Katarzyna M. Staszyńska, *Marka, konsument, badacz*, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2013. 5. Szczepański Jarek, *Złota strategia marki*, One Press, Gliwice 2018. 6. Donald Miller, *Model StoryBrand. Zbuduj skuteczny przekaz dla swojej marki,* mt biznes, Warszawa 2018. 7. Laura Ries, Al. Ries, *Wizualny młotek. Jak wbić do głowy przekaz marki dzięki emocjonalnej sile obrazu*, Helion, Gliwice 2016. | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy projektowania stron internetowych C9 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Basics of Webpage Building |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2, 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy tworzenia nowoczesnych i responsywnych stron internetowych. Wiedza i umiejętności z zakresu projektowania interfejsów użytkownika oraz tworzenie prostych serwisów, ze szczególnym uwzględnieniem WordPress. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Ćwiczenia projektowe – 60 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C9\_W01 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem stron internetowych, w tym szczególnie oparte o narzędzia WordPress | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Egzamin |
| C9\_W02 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem blogów | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Ezgamin |
| C9\_U01 | samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje dotyczące sprzętu, oprogramowania, zapotrzebowania klienta oraz użytkownika strony internetowej | | | MI\_U01 | Ćwiczenia projektowe | | Przygotowanie prezentacji |
| C9\_U02 | wykorzystywać posiadaną wiedzę do tworzenia projektów stron internetowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika | | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Przygotowanie projektu strony internetowej |
| C9\_U03 | wykorzystywać dostępne wtyczki w celu doskonalenia stron internetowych | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Przygotowanie projektu strony internetowej |
| C9\_U04 | posługiwać się terminologią z zakresu projektowania stron WWW. Precyzyjnie informować o swoich czynnościach innych członków zespołu, z wykorzystaniem fachowej terminologii | | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Przygotowanie projektu strony internetowej |
| C9\_U05 | wykonać projekt strony internetowej, pracując w zespole (zorganizować zespół roboczy, uwzględniając kompetencje i indywidualne uzdolnienia członków) | | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | | Przygotowanie projektu strony internetowej |
| C9\_U06 | dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania stron internetowych, zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | | Przygotowanie projektu strony internetowej |
| C9\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów projektowania stron internetowych oraz ich funkcjonalności, poszukiwania wsparcia ekspertów | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacja aktywności studentów przy realizowanym projekcie strony internetowej |
| C9\_K02 | przejawiania inicjatywy w podpowiadaniu klientowi najlepszych rozwiązań przy związanych z tworzeniem strony internetowej | | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacja aktywności studentów przy realizowanym projekcie strony internetowej |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 5 | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe 60 h  **w sumie:**  ECTS | | | | **60**  **60**  **2,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  Przygotowanie własnego projektu strony internetowej  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  55  **65**  **2,6** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie własnego projektu strony internetowej  **w sumie:**  ECTS | | | | 60  55  **115**  4,6 | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | 1. Instalacja i konfiguracja Wordpress’a 2. Planowanie serwisu (identyfikacja problemów i ograniczeń technicznych, praca zespołowa, nazywanie plików, korzystanie z adresów URL, struktura katalogów, diagram serwisu) 3. Planowanie nawigacji (tekstowe instrumenty nawigacyjne – odsyłacze graficzne) 4. Grafika i kolor (formaty grafiki, źródła plików graficznych, wyświetlanie progresywne, wyrównanie tekstu i grafiki, dithering) 5. Praca z multimediami (formaty plików audio i video, odtwarzacze, edycja plików audio i video, streaming, praca z YouTube) 6. Wybór i konfiguracja motywu (szablonu) 7. Wykorzystywanie Wtyczek przydatnych w marketingu internetowym 8. Integracja Wordpress z social media’mi 9. Bezpieczeństwo i backup w WordPress’ie 10. Sklep internetowy na WordPress’ie – podstawy WooCommerce 11. Zarządzanie użytkownikami i uprawnieniami na stronie 12. Silnik WordPress i ekosystem Gutenberga 13. Optymalizacja strony www pod kątem urządzeń mobilnych. 14. Serwisy mobilne i responsywne. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie projektu strony internetowej i egzaminu | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Egzamin – 50%  Projekt strony internetowej – 50% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Indywidulnie na konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Laura Lemay, HTML i XHTML dla każdego, Helion, Gliwice 2004. 2. Joel Sklar, Zasady tworzenia stron WWW, WydawnictwoRM, Warszawa 2001. 3. Mark Bell, Darmowe sposoby na tworzenie profesjonalnych stron WWW, Helion, Gliwice 2013. 4. Tricia Austin, Richard Doust, Projektowanie dla nowych mediów, PWN, Warszawa 2008. 5. Keith J.Grant, CSS od podszewki, Helion, Gliwice 2019. 6. Paweł Wimmer, WordPress 5. Rewolucja Gutenberga, Helion, Gliwice 2019. | | | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Media społecznościowe C10 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Social Media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2, 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Podstawowe informacje na temat mediów społecznościowych i narzędzi komunikowania w nowych mediach, znajomość przydatności mediów społecznościowych w marketingu, kreowaniu wizerunku w mediach. Nabycie świadomości zagrożeń związanych z komunikacją w mediach społecznościowych. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 10 h  ćwiczenia projektowe – 50 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C10\_W01 | w zaawansowanym stopniu istotę mediów społecznościowych, ich funkcje i typy | | MI\_W02 | Wykład | | Przygotowanie projektu |
| C10\_W02 | w zaawansowanym stopniu możliwości rozpoznawania i zastosowani poszczególnych narzędzi do tworzenia, zarządzania i monitorowania treściami w mediach społecznościowych | | MI\_W05 | Wykład | | Przygotowanie projektu |
| C10\_U01 | dokonać analizy mediów społecznościowych pod kątem celów i funkcji | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych |
| C10\_U02 | dobrać odpowiednie kanały komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych, dyskusja |
| C10\_U03 | wykorzystać media społecznościowe do strategii promocyjnych | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych |
| C10\_K01 | obiektywnie i krytycznie oceniać efekty pracy własnej i innych nad wykorzystaniem mediów społecznościowych w marketingu | | MI\_K02 | Ćwiczenia projektowe | | Dyskusja na zajęciach |
| C10\_K02 | przestrzegania zasad etyki zawodowej w marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem przestrzeni mediów społecznościowych | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Dyskusja na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 4 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 10  50  **60**  **2,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 40  **40**  **1,6** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | ćwiczenia projektowe  Realizacja samodzielnych projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 50  40  90  **3,6** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykład:**  Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z web 2.0  Media społecznościowe – platformy, definicja, powstanie i ewolucja.  Rodzaje mediów społecznościowych.  Funkcje i cele mediów społecznościowych.  Skuteczność komunikacji w mediach społecznościowych.  Narzędzia komunikowania w mediach społecznościowych. Instrumenty do tworzenia, zarządzania i monitorowania treści w mediach społecznościowych.  Social Listening i monitoring  Planowanie i publikownie kontentu  Reklama w social media  Efektywność social media marketingu  KPI i analityka  **Ćwiczenia:**  Facebook - narzędzia do tworzenia i zarządzania treścią.  Facebook - zasady realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych.  Wizualizacja przekazu - Instagram i inne media społecznościowe preferujące obraz zamiast tekstu w przekazach.  YT oraz Vimeo - tworzenie i dystrybucja treści wideo.  Narzędzia do monitoringu i badania skuteczności działań w social mediach. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia projektowe, projekty, kolokwium zaliczeniowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena projektu końcowego |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci,* PWN, Warszawa 2010. 2. A. Podlaski, *Marketing społecznościowy. Tajniki skutecznej promocji w social media*, Gliwice 2011. 3. M. Sadowski, *Rewolucja social media*, Gliwice 2013. 4. Żukowski, M., 2016, Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw, OnePress. 5. Miotk, A., 2013, Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty, OnePress. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Perswazja w sprzedaży C11 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Persuasion in Sales |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Skuteczne techniki sprzedaży bezpośredniej, manipulacji, języka emocji, technik copywritingu, metod zakotwiczania związanego ze sprzedażą ukrytą oraz budowy lejków sprzedażowych w celu lepszego zrozumienia ścieżki zakupowej klienta. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia warsztatowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C11\_W01 | | w zaawansowanym stopniu techniki sprzedaży, manipulacji, copywritingu | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Przygotowanie projektu |
| C11\_W02 | | w zaawansowanym stopniu metody związane ze sprzedażą ukrytą | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Przygotowanie projektu |
| C11\_U01 | | samodzielnie zaprojektować logotyp oraz strategię wizerunkową marki, wykorzystując argumentację w procesie przekonywania | | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Przygotowanie projektu |
| C11\_U02 | | posługiwać się terminologią wykorzystując język korzyści do technik perswazji w sprzedaży | | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Przygotowanie projektu |
| C11\_U03 | | zastosować wybrane techniki perswazji w rozmowie sprzedażowej, rozpoznawać potrzeby klienta i dopasowywać komunikaty perswazyjne do jego motywacji; budować zaufanie i wiarygodność w relacji z klientem | | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy w warunkach symulowanych |
| C11\_K01 | | krytycznej oceny własnych oraz cudzych umiejętności perswazji; zasięgania opinii członka zespołu lub eksperta | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy podczas zajęć |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **2** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  20  **50**  **2,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | 1.Perswazja – definicje. Odmiany perswazji.  2.Reguły wpływu społecznego w różnych ujęciach.  3.Retoryka jako sztuka przekonywania. Tropy i figury retoryczne.  4.Wystąpienia publiczne o charakterze perswazyjnym.  5.Argumentacja w procesie przekonywania. Model szans  rozpracowania przekazu.  5. Akty mowy. Rytuały językowe i skonwencjonalizowane akty  zachowań niewerbalnych w relacjach interpersonalnych.  Analiza transakcyjna.  6. Słowa i obrazy na sprzedaż. Perswazja w komunikacji marketingowej.  7. Perswazja w systemie komunikowania marketingowego. | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie projektu | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność obowiązkowa | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena wykonanego projektu | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Indywidualnie na konsultacjach | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | * + 1. Zatrwarnicka-Madura B., Perswazja w sprzedaży. Wyd. CeDeWu, 2017.     2. Hebrajska G., Perswazja i manipulacja w komunikacji. Wybrane zagadnienia, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020.     3. Leary M., Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2017. | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Komunikacja społeczna z elementami autoprezentacji C12 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Social Communication with Elements of Self-presentation |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Zapoznanie studentów ze współczesnymi teoriami dotyczącymi komunikacji społecznej, z różnymi poziomami komunikowania społecznego – interpersonalnego, grupowego, medialnego. Przekazanie wiedzy z zakresu negatywnych zjawisk komunikacyjnych w nowych mediach. Uświadomienie studentom problemów związanych z komunikowaniem przez media. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | Wykład – 15 h  Ćwiczeń audytoryjne – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C12\_W01 | w zaawansowanym stopniu wybrane, podstawowe teorie i modele komunikowania społecznego | | | | MI\_W04 | Wykład | | Egzamin |
| C12\_W02 | w zaawansowanym stopniu zagadnienia dotyczące społecznych uwarunkowań procesów komunikacyjnych | | | | MI\_W04 | Wykład | | Egzamin |
| C12\_W03 | w zaawansowanym stopniu teorię dotyczącą rodzajów, typów, technik komunikacji oraz rozpoznaje mechanizmy i formy komunikowania społecznego w obszarze marketingu internetowego | | | | MI\_W04 | Wykład | | Egzamin |
| C12\_U01 | | wyciągać wnioski z obserwowanych procesów komunikacyjnych w przestrzeni publicznej w celu udoskonalenia systemu komunikacji marketingowej organizacji | | | MI\_U02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Prezentacja /wystąpienie w debacie oksfordzkiej |
| C12\_U02 | stosować wiedzę na temat komunikacji społecznej, marketingowej i wizerunkowej w celu tworzenia skutecznych i profesjonalnych narzędzi komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem technologii informatycznych i narzędzi internetowych | | | | MI\_U03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Prezentacja |
| C12\_U03 | samodzielnie zdobywać informacje na temat rodzajów i narzędzi komunikacji społecznej przedsiębiorstwa lub organizacji, analizować je w celu oceny skuteczność komunikacyjnej | | | | MI\_U05 | Ćwiczenia audytoryjne | | Prezentacja |
| C12\_U04 | umiejętnie prezentować własne pomysły wątpliwości i sugestie, popiera je rozbudowaną argumentacją w kontekście komunikacji społecznej z perspektywy wybranych koncepcji teoretycznych, poglądów różnych autorów, kierując się przy tym zasadami etycznymi | | | | MI\_U05 | Ćwiczenia audytoryjne | | Prezentacja |
| C12\_K01 | rozwijania swoich kompetencji komunikacyjnych, rozpoznawania barier w celu doskonalenia i poszukiwania własnej wiedzy i umiejętności; doceniania znaczenia wiedzy z zakresu komunikacji społecznej dla rozwoju jednostki i prawidłowych więzi w środowiskach społecznych. | | | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Obserwacja pracy na zajęciach, samoocena |
| C12\_K02 | nabywania wiedzy z zakresu komunikacji społecznej z poszanowaniem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu oraz z uwzględnieniem nadrzędnego interesu dobra wspólnego | | | | MI\_K02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć, samoocena |
| C12\_K03 | posługiwania się w komunikacji społecznej zasadami etycznymi, dbania o reputację pracodawcy w komunikacji społecznej oraz w komunikacji wewnętrznej | | | | MI\_K04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Dyskusja na zajęciach samoocena |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | | **3** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | | wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | | Przygotowanie do egzaminu  Przygotowanie autoprezentacji  Analiza stylów komunikacji i autoprezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 10  10  10  **30**  **1,2** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | | Ćwiczenia audytoryjne  Przygotowanie autoprezentacji  Analiza stylów komunikacji i autoprezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 30  10  10  **50**  **2,0** | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Wprowadzenie do komunikacji społecznej.  Podstawowe, wybrane teorie komunikowania społecznego.  Wybrane modele komunikacji.  Pojęcie kompetencji komunikacyjnych; umiejętności komunikacyjne, cechy osobowości.  Typy komunikowania (komunikowanie informacyjne i perswazyjne).  Rodzaje komunikacji (komunikacja werbalna i niewerbalna).  Metody i techniki komunikacji.  Bariery w komunikacji.  Komunikowanie masowe. Komunikowanie się w organizacjach.  Komunikowanie polityczne i publiczne – formy komunikowania publicznego.  Komunikacja internetowa.  Komunikacja interpersonalna.  Autoprezentacja i style autoprezentacyjne.  Komunikacja w zespole.  Konfilkt i komunikacja.  Perswazja i manipulacja w relacjach społecznych.  Negocjacje jako proces komunikacji.  Komunikacja społeczna a marketing. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Wykład interaktywny, wykład multimedialny, analiza tekstu źródłowego, przeszukiwanie zasobów internetowych, analiza przypadka, dyskusja moderowana, ćwiczenia audytoryjne. | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie egzaminu pisemnego oraz części ćwiczeniowej na podstawie aktywnego uczestnictwa w zajęciach, realizacji zadań oraz przygotowanego indywidualnie opracowania zagadnienia w wybranej przez studenta/studentkę formie: prezentacji, prezentacji multimedialnej lub wystąpienia w debacie oksfordzkiej | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Egzamin 50%  Ocena z części ćwiczeniowej 50% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Marketing, Podstawy ekonomii biznesu, Wprowadzenie do marketingu internetowego, Badania marketingowe | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Dobek-Ostrowska B., Podstawy komunikowania społecznego, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2004 (wybrane fragmenty). 2. Giffin E., Podstawy komunikacji społecznej, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003 (wybrane fragmenty). 3. Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności, Wydawnictwo 4. Naukowe PWN, Warszawa 2007. (wybrane fragmenty) 5. Ptaszek G. (red.): E-podręcznik do komunikacji społecznej. Wydawnictwo AGH: Kraków 2020. Dostępny online: 6. https://epodreczniki.open.agh.edu.pl/handbook/33 7. Adler R., Rosenfeld L., Proctor R. II, Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się. Wyd. 6. Rebis: Poznań 2018. 8. Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008. 9. Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teorie komunikowania masowego*, tłum A. Sadza, WUJ, Kraków 2006. 10. Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, PWN, Warszawa 2006. | | | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy analityki internetowej C13 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fundamentals of Analytics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Podstawy analityki internetowej: Google Analytics, Google Tag Manager, Google Search Console | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h  ćwiczenia projektowe – 15 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C13\_W01 | podstawowe pojęcia i terminologię z zakresu analityki internetowej (np. sesja, użytkownik, konwersja, współczynnik odrzuceń) | | MI\_W03 | Wykład | Kolokwium |
| C13\_W02 | w zaawansowanym stopniu funkcje i zastosowania narzędzi do analizy danych online, takich jak Google Analytics, Google Tag Manager, Hotjar, Matomo | | MI\_W05 | Wykład | Kolokwium |
| C13\_W03 | w zaawansowanym stopniu zasady zbierania, przetwarzania i interpretowania danych w Internecie z uwzględnieniem ochrony prywatności i przepisów (RODO, cookies). | | MI\_W05 | Wykłady | Kolokwium |
| C13\_U01 | tworzyć raporty i monitorować efekty z różnych kanałów marketingu internetowego w tym SEO, Social Media, ruch z odsyłaczy, wejścia bezpośrednie, newsletter i inne | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C13\_U02 | sprawdzić:  - jaki kanał przyciąga na stronę najwięcej użytkowników,  - z jakich urządzeń i systemów korzystają użytkownicy,  - zaangażowanie użytkowników na stronie (średni czas, liczba zdarzeń, rodzaj zdarzeń) | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Sprawozdanie z ćwiczeń |
| C13\_U03 | sprawdzić:  - jakie słowa kluczowe wykorzystywane są do znalezienia strony w Google,  - jak wielki ruch pochodzi z wyszukiwarki  - jakie strony cieszą się największą popularnością w wyszukiwarce. | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Sprawozdanie z ćwiczeń |
| C13\_U04 | dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznego | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | Zdobycie certyfikatu GA4 |
| C13\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja studenta podczas zajęć |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | **2** | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | 15  15  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | Przygotowanie projektów, praca nad zdobyciem certyfikatu GA4  **w sumie:**  ECTS | | 20  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów, praca nad zdobyciem certyfikatu GA4  **w sumie:**  ECTS | | 15  20  **35**  **1,4** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Wykłady i ćwiczenia:  Podstawowe pojęcia i narzędzia związane z webanalityką. Cele i konwersje. Wskaźniki i wymiary.   * Wprowadzenie do Google Search Console   + Konfiguracja narzędzia   + Omówienie interfejsu   + Zasada działania narzędzia   + Podstawowe raporty Google Search Console   + Google Insights * Wprowadzenie do Google Tag Manager   + Konfiguracja Google Tag Manager i weryfikacja poprawności wdrożenia   + Omówienie interfejsu   + Struktura Google Tag Managera   + Tworzenie tagów, reguł i zmiennych   + Testowanie utworzonych tagów   + Przesyłanie kontenera z tagami * Wprowadzenie do Google Analytics 4   + Tworzenie konta w Google Analytics 4   + Omówienie interfejsu   + Implementacja tagu śledzenia w witrynie Internetowej   + Poprawna konfiguracja konta w Google Analytics 4   + Omówienie standardowych raportów   + Zdarzenia, konwersje, odbiorcy   + Eksploracje — Raporty niestandardowe w GA4   + Reklamy — Raport dedykowany kampaniom Google Ads   + Modele atrybucji * Wprowadzenie do Google Looker Studio   + Omówienie interfejsu   + Tworzenie raportu w Looker Studio na podstawie danych z GA4 * Wprowadzenie do Microsoft Clarity — Mapy ciepła, nagrywanie sesji * Analityka internetowa a RODO | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne, zajęcia warsztatowe z narzędziami | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanego zajęć. Pytania sprawdzające i kolokwium. Zaliczenie przedmiotu na podstawie oceny z kolokwium, sprawozdań z ćwiczeń oraz projektu końcowego. | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | 1. Frekwencja – maks. 20 pkt  2. Sprawozdania z ćwiczeń – maks. 50 pkt  3. Kolokwium — maks. 40 pkt  4. Projekt końcowy — maks. 70 pkt  5. Zdany certyfikat GA4 — dodatkowe: 17 pkt – czemu dodatkowe, jeżeli to jest cos obowiązkowego? Bo inaczej efektu się nie ma.  Razem:maks.180 punktów  **Ocena końcowa**  0 - 90 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  90,5 - 108 pkt. ocena: 3,0 (dst)  108,5 - 126 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  126,5 - 144 pkt. ocena: 4,0 (db)  144,5 - 162 pkt. ocena: 4,5 (+db)  162,5 - 180 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Udział w konsultacjach, ustalane indywidualnie | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Kurs Google Analytics 4 Przemysława Modrzewskiego - <https://marketingmasters.pl/kurs/google-analytics-4-darmowy> 2. Dokumentacja Google    1. <https://support.google.com/webmasters>    2. <https://support.google.com/tagmanager>    3. <https://support.google.com/analytics>    4. <https://support.google.com/looker-studio> 3. Blog Agencji KS – <https://ks.pl/blog> | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Badania marketingowe C14 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing Research |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Problematyka narzędzi stosowanych w badaniach marketingowych (w tym zasad budowania kwestionariusza ankiety jako podstawowego narzędzia badawczego). Samodzielne przeprowadzenie badań marketingowych, korzystanie z literatury przedmiotu w zakresie konkretnej problematyki, a także doskonalenie umiejętności i kompetencji w zakresie współpracy w zespole badawczym. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 10 h  ćwiczeń projektowych – 20 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | | |
| C14\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe koncepcje i stanowiska teoretyczne występujące w badaniach marketingowych | | MI\_W02 | Wykład  Ćwiczenia projektowe | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C14\_W02 | w zaawansowanym stopniu główne cele oraz funkcje i determinanty badań marketingowych | | MI\_W03 | Wykład  Ćwiczenia projektowe | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C14\_W03 | w zaawansowanym stopniu kryteria klasyfikacji oraz podstawowe typy badań marketingowych | | MI\_W03 | Wykład  Ćwiczenia projektowe | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C14\_W04 | w zaawansowanym stopniu zagadnienia dotyczące etapów badań marketingowych i procesu budowy narzędzia badawczego | | MI\_W04 | Wykład  Ćwiczenia projektowe | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C14\_U01 | opracować i przeprowadzić syntetyczną prezentację dotyczącą wybranego aspektu badań marketingowych. | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Referat z prezentacją | | |
| C14\_U02 | poprawnie zaprojektować i zrealizować badanie marketingowe, w tym skonstruować narzędzie badawcze i opracować wyniki (liczbowo) | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | | |
| C14\_U03 | poprawnie opracować wyniki badań marketingowych na podstawie narzędzi badawczych (analitycznie i interpretacyjnie) | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | | |
| C14\_U04 | posługiwać się terminologią z zakresu badań marketingowych do przygotowania raportu z badań marketingowych | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | | |
| C14\_K01 | efektywnej współpracy w grupie w celu osiągnięcia założonego celu jakim jest przeprowadzenie badania. | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach | | |
| C14\_K02 | ochrony interesów respondentów w zakresie etyki badawczej | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie projektu  Realizacja badania marketingowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 5  5  10  **20**  **0,8** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | ćwiczenia projektowe  przygotowanie projektu i realizacja badania marketingowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  15  **35**  **1,4** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**  Wprowadzenie. Pojęcie, funkcje i rodzaje badań naukowych.  Zakres i obszar badań marketingowych.  Cele realizacji badań marketingowych.  Etapy badań marketingowych.  Badania marketingowe wtórne i pierwotne.  Źródła i analiza danych w badaniach wtórnych.  Metody i techniki gromadzenia danych pierwotnych.  Planowanie i realizacja badań marketingowych.  Zasady opracowywania raportu z badań.  Etyczne aspekty badań marketingowych.  **Ćwiczenia:**  Opracowanie projektu badania marketingowego z danych pierwotnych.  Wybór metody zebrania danych.  Opracowanie kwestionariusza ankiety badawczej.  Przeprowadzenie badania marketingowego.  Przeprowadzanie analizy danych wtórnych.  Opracowanie raportu z badań wtórnych oraz pierwotnych.  Kolokwium zaliczeniowe. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład: Wykład konwersacyjny. Wykład problemowy. Prezentacja z wykorzystaniem multimediów.  Ćwiczenia projektowe obejmują dyskusję moderowaną, analizę i interpretację tekstów źródłowych, rozwiązywanie zadań, analizę studium przypadku, referaty studentów oraz zespołową pracę w podgrupach |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | **Zaliczenie ćwiczeń:**   * 1. Pisemny test wyboru składające się z kilkunastu pytań zamkniętych, głównie dotyczących rozumienia i zastosowania pojęć związanych z badaniami marketingowymi oraz zasad przygotowania i realizacji projektu badawczego w obszarze badań marketingowych. Warunkiem zaliczenia kolokwium jest uzyskanie minimum 55% punktów [waga oceny 0,25].   2. Ocena z zakresu i stylu prezentacji referatu [waga oceny 0,25]   3. Ocena z przygotowania projektu badań marketingowych [średnia z ocen cząstkowych \* waga oceny 0,2] * opracowanie pytań do kwestionariusza ankiety * realizacja badania * przygotowanie bazy danych do analizy danych empirycznych z wykorzystaniem programu MS Excel * obliczenia danych empirycznych   1. Opracowanie raportu z badań pierwotnych [waga oceny 0,25]   2. Aktywność na zajęciach [waga oceny 0,05]   **Ocena z ćwiczeń** = 25% średnia ocena za referat z prezentacją + 25% ocena z kolokwium + 20% ocena z realizacji badania + 25% ocena z raportu z badania + 5% ocena za aktywność  **Zaliczenie egzaminu:**  Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie pozytywnej oceny z ćwiczeń.  Egzamin pisemny przeprowadzony w oparciu o test jednokrotnego wyboru z możliwością rozszerzenia o część opisową – **100%**  Student musi uzyskać ocenę pozytywną z każdej ocenianej aktywności w trakcie trwania semestru. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Jeśli student nie był obecny lub nie uczestniczył w stopniu zadowalającym w realizacji projektu otrzymuje za niego ocenę 0 (mnożnik 0), co w istotny sposób obniża średnią ocenę z projektów. Obecność i zaangażowanie studenta pozwalają zachować mu ocenę uzyskaną za realizację projektu (mnożnik 1) |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | **Ocena końcowa = 50% oceny z ćwiczeń projektowych + 50% oceny z egzaminu** |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie opracować materiał, który był realizowany na zajęciach. Po jego przygotowaniu student zobowiązany jest do oddania go do sprawdzenia osobie prowadzącej ćwiczenia (w kontakcie bezpośrednim, wysłanie na adres e-mail lub przez platformę e-learning). |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa 2014 2. Mazurek-Łopacińska K., (red.), *Badania marketingowe. Teoria i praktyka,* PWN, Warszawa 2011 3. Maison D., *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta*, PWN, Warszawa 2010 4. Michalski E., *Marketing. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 2009. 5. Pfaff D., *Badania rynku. Jak pozyskiwać najistotniejsze dla firmy informacje marketingowe*, BC Edukacja, Warszawa 2010 6. Wayne L. Winston, *Analiza marketingowa. Praktyczne techniki z wykorzystaniem analizy danych i narzędzi Excela*, Helion, Gliwice 2020. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Przedsiębiorczość i własny biznes C15 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Entrepreneurship & Business |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Cechy osoby przedsiębiorczej. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej w Polsce. Proces zakładania firmy. Model biznesowy i przygotowanie projektu biznes planu. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h  Ćwiczenia projektowe – 30 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C15\_W01 | istotę przedsiębiorczości i jej rodzaje | | MI\_W07 | Wykład | Egzamin |
| C15\_W02 | podstawowe regulacje i formy organizacyjno-prawne dotyczące zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej | | MI\_W07 | Wykład | Egzamin |
| C15\_W03 | etapy zakładania działalności gospodarczej | | MI\_W07 | Wykład | Egzamin |
| C15\_W04 | etapy przygotowania biznesplanu działalności gospodarczej | | MI\_W07 | Wykład | Egzamin |
| C15\_U01 | sporządzić biznesplan przedsiębiorstwa branży marketingowej | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Projekt biznesplanu |
| C15\_U02 | zaprezentować pomysł własnego biznesu | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Projekt biznesplanu |
| C15\_U03 | wyszukać źródła finansowania działalności gospodarczej | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Projekt biznesplanu |
| C15\_U04 | założyć działalność gospodarczą | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Sprawozdania z ćwiczeń, wypełnienie wniosku CEIDG 1 |
| C15\_K01 | założenia działalności gospodarczej w branży marketingowej | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Rozmowa |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 3 | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu biznesplanu  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu biznesplanu  **w sumie:**  ECTS | | | 30  30  **60**  **2,4** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykłady:  Istota przedsiębiorcy i przedsiębiorczości oraz ich rola w gospodarce. Funkcje, strategie i modele przedsiębiorczości. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej; podejmowanie działalności gospodarczej przez osoby fizyczne. Uwarunkowania otoczenia ekonomicznego. Biznesplan – podstawowe zagadnienia; Metodyka przygotowania biznesplanu – cechy i zakres biznesplanu; Elementy składowe biznesplanu. Uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw. Zasoby organizacyjne w biznesie. Zarządzanie marketingowe w biznesie. Motywy, bariery i źródła finansowania przedsięwzięć przedsiębiorczych.  Zasady dobrego planowania kariery zawodowej w branży marketingowej. Kompetencje społeczne. Autodiagnoza. Sposoby aktywnego poszukiwania pracy.  Planowanie karier zawodowych. Zarządzanie karierą w branży marketingowej.  Zasady przygotowania dokumentów aplikacyjnych: życiorysu zawodowego (CV) i listu motywacyjnego. Proces rekrutacji: przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej, jej typy i przebieg, najczęściej zadawane pytania, rodzaje testów kwalifikacyjnych  Ćwiczenia projektowe:  Analiza możliwych wariantów prowadzenia działalności gospodarczej; Planowanie działalności gospodarczej; Pomysł na biznes. Bezzwrotne źródła pozyskiwania kapitału – ujęcie praktyczne. Wnioski o dofinansowanie działalności gospodarczej. Zakładanie działalności gospodarczej w ujęciu praktycznym. Biznes plan – podstawowe części biznesplanu. Cele i etapy sporządzania biznesplanu. Opracowanie biznesplanu przedsiębiorstwa w ujęciu praktycznym – projekt. Prezentacja projektu.  PANEL PRAKTYCZY – SPOTKANIE Z PRZEDIĘBIORCĄ – WIZYTA W INKUBATORZE PRZEDSIĘBIORCZOSCI. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny informacyjny i problemowy oraz ćwiczenia projektowe, burza mózgów, analiza przypadków |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest obowiązkowa obecność na zajęciach, zaliczone kolokwium z części wykładowej oraz zaliczony projekt biznesplanu z części ćwiczeniowej |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć.  Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Średnia arytmetyczna z wszystkich uzyskanych pozytywnych ocen; ocena z kolokwium – 40%, ocena projektu biznesplanu 40%, ocena ze sprawozdań cząstkowych 20% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy ekonomii biznesu |
| **Zalecana literatura:** | 1. Bednarczyk M., Najda-Janoszka M., Kopera S., (red.), E-przedsiębiorczość. Zasady i praktyka, Wydawnictwo UJ, Kraków 2019. 2. Glinka B., Gudkova S., Przedsiębiorczość, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2011. 3. Piecuch T., Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne. Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2013. 4. Henry A., Understanding Strategic Management, Wydawnictwo Oxford University Press, Oxford, 2021. 5. Sidor-Rządkowska M., Coaching kariery: doradztwo zawodowe w warunkach współczesnego rynku pracy. Wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2018. 6. Daniecki W. Dobór, adaptacja, motywowanie i rozwój pracowników: psychologiczno-organizacyjne doradztwo dla firm. Wyd. Difin, Warszawa 2014   Literatura uzupełniająca:  [www.kariera.com.pl](http://www.kariera.com.pl)  <https://www.parp.gov.pl/>  [www.biznes.gov.pl](http://www.biznes.gov.pl).  www.ceidg.gov.pl. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Sztuczna inteligencja w marketingu C16 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Artificial Intelligence in Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Opanowanie przez studentów podstawowych koncepcji, metod i algorytmów dotyczących podstaw sztucznej inteligencji wykorzystywanych w branży marketingowej | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia warsztatowe – 15 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C16\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe koncepcje i metody sztucznej inteligencji oraz zasady ich wykorzystywania w marketingu internetowym | | | MI\_W05 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca zaliczeniowa |
| C16\_W02 | w zaawansowanym stopniu metody i algorytmy sztucznej inteligencji stosowane w marketingu internetowym | | | MI\_W05 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca zaliczeniowa |
| C16\_U01 | dobierać efektywne metody sztucznej inteligencji do rozwiązywania problemów z branży e-marketingowej | | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca zaliczeniowa |
| C16\_K01 | przestrzegania zasad etyki w przestrzeni Internetu ze szczególnym uwzględnieniem korzystania z AI | | | MI\_K04 | Ćwiczenia warsztatowe | Obserwacja pracy na zajęciach, dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie prac zaliczeniowych  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  **10**  **0,4** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe i przygotowanie prac zaliczeniowych  **w sumie:**  ECTS | | | | 25  **25**  **1,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Sztuczna inteligencja jako narzędzie wspomagające pracę marketera online.  Jak, kiedy i do jakich celów wykorzystywać dane narzędzia.  Jak nauczyć oprogramowanie właściwych działań?  Grafika generowana za pomocą sztucznej inteligencji.  Montaż wideo oraz przeróbka istniejących treści.  Grafika reklamowa generowana na podstawie grafik konkurencji.  Treści generowane za pomocą sztucznej inteligencji.  Tworzenie ebooków, stron oraz materiałów sprzedażowo – marketingowych.  Analiza działań klienta za pomocą sztucznej inteligencji.  Analiza konkurencji za pomocą sztucznej inteligencji  Przygotowanie strategi na podstawie działań konkurencji z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Zajęcia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, case study, studium przypadku, |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | prace zaliczeniowe |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Średnia z prac zaliczeniowych |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Roetzer P., [Kaput](https://www.empik.com/ksiazki-obcojezyczne/books/literature-fiction/other,20210107,s?author=mike+kaput) M. 2022. Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business. Wyd. BenBella Books. 2. AI-Powered Marketing. The Future of Digital Advertising. 2023. Wyd. Blurb. 3. Praca zbiorowa. AI i kreatywność w marketingu. 2023. Wyd. Grupa Marketer. 4. Błażewicz G. 2016. Rewolucja z Marketing Automation. Wyd. PWN, Warszawa. 5. Dejnaka A. (redakcja naukowa)., 2019. Marketing mobilny. Wyd. Difin, Warszawa. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej C17 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Storytelling and Stereotypes in Marketing Communication |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Tworzenie „opowieści” o charakterze filmowym – z wykorzystaniem wiedzy o stereotypowym postrzeganiu rzeczywistości przez człowieka – uczestnika językowo-kulturowego obrazu świata i systemu wartości. Przedmiot zajmujący się komunikacją perswazyjną w dziedzinie biznesowej, ma charakter praktyczny, polegający na rozwijaniu intuicyjnych kompetencji studenta przez przyswojenie pewnych schematów narracyjnych, topiki, nawiązywania i podtrzymywania kontaktu, jednania sobie życzliwości słuchaczy, ich zainteresowania osobą mówcy i uznania atrakcyjności jego oferty. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 10 h  Ćwiczenia audytoryjne – 20 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C17\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady kreowania charakterystycznej opowieści (legendy) dotyczącej marki, jej produktu czy usługi oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy | | MI\_W01 | Wykład,  Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium |
| C17\_W02 | w zaawansowanym stopniu reguły, schematy i modele tworzenia atrakcyjnej, przekonywującej i spójnej historii o danej firmie wyróżniającej ją i jej produkty oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy | | MI\_W01 | Wykład,  Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium |
| C17\_W03 | w zaawansowanym stopniu wiedzę na temat podstaw językowego obrazu świata i stereotypowej, podatnej na mitologizację natury ludzkich obiegowych przekonań i systemu wartości | | MI\_W01 | Wykład,  Ćwiczenia audytoryjne | Samodzielne prace w ramach zajęć, ćwiczenia słownikowe, analizy grupowe wybranych tekstów reklamowych |
| C17\_U01 | przekonująco wypowiadać się i argumentować z wykorzystaniem nabytych sprawności językowych i komunikacyjnych, przestrzegając przy tym zasad kultury osobistej i kultury języka | | MI\_U06 | Ćwiczenia audytoryjne | Prezentacja samodzielnej pracy wykonanej w ramach zajęć i dyskusja nad nią |
| C17\_U02 | stworzyć poznanymi metodami i technikami storytellingu poprawny i przekonujący komunikat reklamowy | | MI\_U09 | Ćwiczenia audytoryjne | Samodzielne prace wykonywane w ramach zajęć, dyskusja nad pracami autorstwa innych osób |
| C17\_K01 | krytycznej oceny opowieści (swojej lub innej osoby) i jej przydatności w działalności marketingowej | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | Dyskusja |
| C17\_K02 | analizy obecności stereotypu w reklamie ze szczególnym uwzględnieniem jego potencjalnej szkodliwości | | MI\_K04 | Ćwiczenia audytoryjne | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia audytoryjne    **w sumie:**  ECTS | | | 10  20    **30**  **1,0** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | | - |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady**  Źródła narracyjnego dyskursu – jako użytecznej, zwykle fikcyjnej opowieści w starożytnej retoryce (Arystoteles i in.)  Podstawowe pojęcia storytellingu jako metody wpływania na wizerunek oraz sukces firmy i produktu.  Narzędzia marketingu narracyjnego. Rola stereotypów w kształtowaniu komunikatów narracji marketingowej (rodzina, matka-Polka itp.).  Wielkie narracje – teoria archetypów i jej zastosowanie w tworzeniu tożsamości marki. (analiza wybranych marek: Apple, Illy, Levis)  **Ćwiczenia** – odnoszą się do tematów wykładów i wzbogacają je o treści warsztatowe:  Powiązanie technik narracyjnych z wizją, misją i strategią marki.  Małe narracje – jak opowiadać historie, by zyskać zaufanie i przekonać do siebie.  Opowieść o danych – horizontal flow / vertical flow  Konstrukcja prezentacji zgodnie z zasadą piramidy (storytelling danych)  Podstawowy schemat konstrukcji narracyjnej (sytuacja  problem  próby rozwiązania  rozwiązanie  zakończenie)  Schematy opowieści i archetyp marki (opowieść o początku, opowieść drogi, technika pętli etc.) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Podające - wykład, dyskusja, prezentacje indywidualne, konwersatorium problemowe, pokaz; kolokwia cząstkowe (znajomość lektur), kolokwium zaliczeniowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Końcowe zaliczenie i ocena wynikają z dostarczonych w systemie e-student prac cząstkowych. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Prace w e-studencie (% punktów):  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości danych zagadnień na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. P. Tkaczyk, *Narratologia*, Warszawa 2017. 2. M. Górska, *Visual Storytelling*, Warszawa 2019. 3. M. Stączek Marek, *Storytelling*, Warszawa 2014. 4. Filarski Krzysztof, *Storytelling inspiracyjny*, Warszawa 2017. 5. Cole Nussbaumer Cnaflic, *Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów*, Warszawa 2019. 6. J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin 2007 7. E. Mistewicz, Marketing narracyjny, Warszawa 2004. 8. D. Norris, Storytelling (nie tylko) w biznesie, Warszawa 2021. 9. M. Urban, Storytalking. Narracyjna supermoc Lidera, Warszawa 2023. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do pozycjonowania stron C18 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to Website Positioning |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Istota i cele pozycjonowania stron. Podstawowe pojęcia związane z SEO. Koncepcje i modele związane z SEO i PPC. SEO/SEM/PPC. Budowa adresów URL. Linkowanie wewnętrzne. Narzędzia stosowane w pozycjonowaniu stron. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h  ćwiczenia projektowe – 15 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C18\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady działania wyszukiwarki internetowej na przykładzie wyszukiwarki Google oraz ich zastosowanie w pracy zawodowej w marketingu | | MI\_W05 | Wykłady | Kolokwium |
| C18\_W02 | w zaawansowanym stopniu czynniki, które wpływają na pozycję strony w wynikach wyszukiwania oraz ich zastosowanie praktyczne w przyszłej pracy zawodowej | | MI\_W05 | Wykłady | Kolokwium |
| C18\_U01 | zbudować listę słów kluczowych, na które należy pozycjonować stronę | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_U02 | tworzyć adresy URL i meta tagi zgodnie z dobrymi praktykami | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_U03 | rozbudować linkowanie wewnętrzne na stronie | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_U04 | przygotować proste dane strukturalne dla firmy lokalnej | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności oraz poznawania nowych sposobów analizy komunikacji marketingowej a także zwiększania jej skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy studenta na zajęciach |
| C18\_K02 | przestrzegania zasad etyki w przestrzeni Internetu, ze szczególnym uwzględnieniem pracy w zakresie pozycjonowania stron | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja nad etycznymi aspektami pozycjonowania |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | 15  15  **30**  **1,0** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | |  | - |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | 15  **15**  **0,5** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Wykład – treści kształcenia:   1. Co to jest pozycjonowanie stron i dlaczego warto zadbać o widoczność? 2. Sposoby monetaryzacja ruchu z wyszukiwarki. 3. Podstawowe pojęcia związane z SEO. Koncepcje i modele związane z SEO i PPC. SEO/SEM/PPC. 4. Pozycja w wynikach wyszukiwania a CRT. 5. Operatory wyszukiwania. Jak działa wyszukiwarka internetowa? 6. Czynniki wpływające na widoczność w sieci. 7. Systemy rankingowe Google. 8. Efektywność działań SEM. Mechanika SEO.   Ćwiczenia:   1. Słowa kluczowe w pozycjonowaniu. 2. Meta tagi i ich rola w pozycjonowaniu. 3. Architektura informacji w serwisie internetowym. 4. Struktura treści. 5. Budowa adresów URL. 6. Linkowanie wewnętrzne. 7. Optymalizacja obrazów 8. Dane strukturalne. 9. Linkowanie zewnętrzne. 10. Optymalizacja techniczna strony. 11. Narzędzia stosowane w pozycjonowaniu stron. | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacje multimedialne, Ćwiczenia projektowe | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanych zajęć. Pytania sprawdzające i krótkie zadania podczas ćwiczeń. Zaliczenie końcowe na podstawie kolokwium oraz projektu z zajęć. | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Średnia ważona:   * Kolokwium: 50% * Projekt na zaliczenie: 50% | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Dokumentacja Google -<https://developers.google.com/search> 2. Poradnik SEO dla początkujących -<https://ahrefs.com/seo> 3. Słownik pojęć Agencji KS -<https://ks.pl/slownik> 4. Blog Agencji KS -<https://ks.pl/blog> 5. Systemy rankingowe Google -<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ranking-systems-guide>   Publikacje książkowe:   1. SEO Playbook — Sławomira Czajkowskiego (dostępne w KS, wyczerpany nakład), 2. Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów — Krzysztofa Marca i Tomasza Trzósło 3. SEO Samodzielni — Marcina Kamińskiego, Adama Przybyłowicza i Kamila Stasiaka | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Obieg informacji oraz systemy CRM C19 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information Management and CRM |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Poznanie obiegu informacji w organizacji i w projekcie, narzędzia do zarządzania relacjami z klientami. Konfiguracja i obsługa systemu CRM Bitrix24. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 20 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C19\_W01 | w zaawansowanym stopniu teorie i metody komunikacji marketingowej z klientem w oparciu o relacje oraz zasady komunikacji wewnętrznej w organizacji | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | | Kolokwiom |
| C19\_W02 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją wewnątrz organizacji a także służące podtrzymaniu relacji z klientem | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Kolokwium |
| C19\_U01 | stosować narzędzia do wewnętrznego obiegu informacji: Google Docs, Slack, Trello, Ryver, Basecamp oraz do skutecznego zarządzania relacjami z klientem (CRM) Bitrix24 | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Projekty wykonywane w ramach zajęć, projekt końcowy |
| C19\_U02 | posługiwać się terminologią z zakresu zarządzania relacjami z klientem oraz obiegu informacji wewnątrz przedsiębiorstwa | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Projekty wykonywane w ramach zajęć, projekt końcowy |
| C19\_U03 | uczestniczyć efektywnie w obiegu informacji w organizacji, współpracować z innymi członkami zespołu projektowego, posługując się informatycznymi systemami zarządzania relacjami oraz przesyłu informacji | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | | Projekty wykonywane w ramach zajęć, projekt końcowy |
| C19\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Dyskusja |
| C19\_K02 | przestrzegania zasad etyki w zakresie relacji z klientami | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacji aktywnością studentów na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 20  30  **50**  **2,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Omówienie systemu obiegu informacji w firmie * Wprowadzenie do narzędzi wymiany informacji (Google Docs, Slack, Trello, Ryver, Basecamp) * Organizacja czasu pracy z wykorzystaniem wybranych narzędzi * Wykorzystanie Google Docs do zastosowań biznesowych * Wprowadzenie do narzędzi zarządzania projektami (Slack, Trello, Ryver, Basecamp) * Omówienie systemu zarządzania relacjami z klientami * Konfiguracja i obsługa systemu CRM Bitrix24 |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Projekty wykonywane w ramach zajęć – 50%  Projekt końcowy 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Jill Dyche, CRM. Relacje z klientami, Helion, Gliwice 2002 2. Bartosz Deszczyński, CRM i strategia system zarządzanie zmianą, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011. 3. Chris Brogan, Google+ dla biznesu. Opanuj nowy kanał kontaktów z klientami, One Press / Helion, Gliwice 2012. 4. Krzysztof Marzec, Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Warsztat zawodowy dziennikarza C20 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Journalist’s Workshop |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Prawne i rynkowe aspekty zawodu dziennikarza internetowego, podstawowe rodzaje zleceń zawodowych dziennikarza, zasady budowania własnej publiczności. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | wykład – 10 h  ćwiczenia warsztatowe – 20 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C20\_W01 | w zaawansowanym stopniu narzędzia pracy dziennikarza zatrudnionego w mediach tradycyjnych i cyfrowych oraz ich zastosowanie zgodne z zasadami poprawności językowej, stylistycznej i komunikacyjnej jak również ich wykorzystanie praktyczne w pracy zawodowej | | MI\_W01 | Wykład | Zaliczenie pisemne |
| C20\_W02 | w zaawansowanym stopniu narzędzia komunikacji społecznej wykorzystywane przez nowoczesne, niezależne dziennikarstwo oraz ich zastosowanie podczas realizacji zadań z zakresu dziennikarstwa internetowego | | MI\_W04 | Wykład | Zaliczenie pisemne |
| C20\_W03 | w podstawowym zakresie prawo własności intelektualnej oraz zasady bezpiecznego prowadzenia niezależnej działalności informacyjnej w pracy dziennikarza | | MI\_W06 | Wykład | Zaliczenie pisemne |
| C20\_W04 | podstawowe praktyczne aspekty niezależnego dziennikarstwa, w tym przede wszystkim dotyczące związku działalności zawodowej ze środowiskami biznesowymi i politycznymi | | MI\_W07 | Wykład | Zaliczenie pisemne |
| C20\_U01 | samodzielnie wybierać temat, selekcjonować i analizować informacje, które ma zamiar wykorzystać w praktyce dziennikarskiej | | MI\_U02 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca warsztatowa |
| C20\_U02 | tworzyć estetyczne i użyteczne projekty medialne odpowiadające zapotrzebowaniu organizacji oraz publiczności | | MI\_U02 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca warsztatowa |
| C20\_U03 | sprawnie posługiwać się mediami, serwisami społecznościowymi oraz narzędziami internetowej dystrybucji informacji | | MI\_U03 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca warsztatowa |
| C20\_U04 | brać udział w dyskusji na tematy publiczne za pośrednictwem portali społecznościowych, komentować rzeczywistość społeczną w sposób niezależny i zgodny z obowiązkiem służenia prawdzie | | MI\_U05 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca warsztatowa, dyskusja |
| C20\_U05 | dostrzegać zmiany w środowisku lokalnym i w dostępnych technologiach jego opisu i dokumentacji; praktyką zawodową potwierdzić gotowość do rozwoju osobistego | | MI\_U08 | Ćwiczenia warsztatowe | Praca warsztatowa |
| C20\_K01 | dążenia do zawodowej doskonałości poprzez pokonywanie własnej niewiedzy i braku kompetencji, szukania pomocy ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | Obserwacja pracy na zajęciach |
| C20\_K02 | służenia swoją działalności zawodową społeczeństwu poprzez zdobywanie i udostępnianie istotnych dla niego informacji | | MI\_K02 | Ćwiczenia warsztaty | Dyskusja |
| C20\_K03 | przestrzegania zasad etyki dziennikarskiej | | MI\_K04 | Ćwiczenia warsztatowe | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 10  20  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie pracy warsztatowej – projekt dziennikarski  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  Przygotowanie pracy warsztatowej – projekt dziennikarski  **w sumie:**  ECTS | | | 20  20  **40**  **1,6** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wyklad:  Początki dziennikarstwa internetowego – od internetowego dostępu do gazet do serwisów informacyjnych. (początki BBC online, skandal Drudge’a – Drudge Report).  Dziennikarstwo internetowe – dziennikarstwo obywatelskie (wartość informacyjna blogów, blogi jako świadectwa – dziennikarstwo uczestniczące: OhmyNews, IndyNews, od ekskribicjonizmu do dziennikarstwa „oddolnego”),  Webwriting – czytelnik, czyli persona, funkcjonalność tekstu, zwięzłość, rzeczowość, przejrzystość, hipertekstowość, grafika, konwersacyjność, funkcjonalność stron internetowych (badanie eyetracking, przejrzystość nawigacji, linia zanurzenia, ślepota banerowa, narzędzia użytkownika, wyszukiwarka, ścieżka powrotu).  Źródła i ścieżki pozyskiwania informacji redakcyjnych.  Ćwiczenia:  Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego - falsh news, news agencyjny, news prasowy, raport big picture.  Jak przekształcić newsa agencyjnego w artykuł prasowy?  Informacja vis artykuł. Jak napisać artykuł.  Blog jako gatunek dziennikarski – ewolucja. Prawda obiektywna i prawda obiektywu – fotografia prasowa, media mieszane, fakty – „nie-fakty” – „prawie fakty”, kultura photoshopa. Artykuły multimedialne, formy bazodanowe, infografika, raport multimedialny, relacja na żywo.  Breaking new – w poszukiwaniu tematów, w poszukiwaniu odbiorców. Cykl życiowy newsa, parametryzacja odbioru.  Nowe usługi medialne – telewizja internetowa, rozprzestrzenianie za pomocą mikroblogów (tweeter, instagram, tworzenie społeczności)  Wyjście terenowe w ramach zajęć do redakcji radiowych, telewizyjnych i internetowych. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład multimedialny, analiza i interpretacja kontekstowa tekstów, dyskusja, warsztaty terenowe, prace projektowe, warsztaty pracy zespołowej. |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Obecność na zajęciach - warunek dopuszczenia do zaliczenia.    **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | **Tak - warunek dopuszczenia do zaliczenia**  Ponieważ praca warsztatowa, często w terenie, prowadzi do realizacji projektu grupowego, wskazane jest regularne uczestniczenie w warsztatach. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. praca warsztatowa – projekt dziennikarski – maks. 50 pkt. 2. kolokwium końcowe - test jednokrotnego wyboru – maks. 50 pkt.   Razem:maks.100 punktów |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie z prowadzącym oraz z grupą projektową. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Media i dziennikarstwo internetowe,* Leszek Olszański. Wyd. POLTEX, Warszawa 2012. 2. *Profesjonalne tworzenie tekstów do internetu,* J.Wrycza-Bekier. Webwrining. 3. *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu. Informacje prasowe. Czynniki determinujące skuteczne relacje z mediami,* Norbert Życzyński, Dariusz Tworzydło, Sławomir Gawroński. 4. *Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć teksty, które podbiją internet,* Ewy Szczepaniak. 5. *Gatunki dziennikarskie. Drugie wydanie,* Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Andrzej Kaliszewski, Wojciech Furman 6. *Współczesny dziennikarz i nadawca, M*arian Gierula (red.) 7. *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych,* Krug Steve. 8. *E-Gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, W. Godzic, Z. Bauer, 2015. Poltext, Warszawa. 9. *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Wydawnictwa akademickie i profesjonalne, Warszawa 2010 10. <http://www.eredaktor.pl> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Redakcja i edycja tekstu C21 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Text Editing and Proofreading |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Opracowanie redakcyjne tekstu z uwzględnienie zagadnień związanych z edycją i składem tekstu z obszaru marketingu internetowego. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Ćwiczenia warsztatowe – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C21\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady redakcji i korekty tekstu, posiada świadomość językową pozwalającą na krytyczny ogląd materiału tekstowego i jego poprawę | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Kolokwium pisemne |
| C21\_W02 | w zaawansowanym stopniu błędy składu oraz ich wpływ na estetykę i odbiór tekstu | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Kolokwium zaliczeniowe |
| C21\_W03 | zasady ochrony własności intelektualnej w kontekście redakcji i edycji tekstu | | MI\_W06 | Ćwiczenia warsztatowe | | kolokwium zaliczeniowe |
| C21\_U01 | prawidłowo wskazywać elementy decydujące o właściwym kształcie edytorskim tekstu | | MI\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | | Opracowanie tekstów |
| C21\_U02 | dokonać redakcji zróżnicowanych pod względem stylistycznym i formalnym tekstów z obszaru marketingu internetowego | | MI\_U09 | Ćwiczenia warsztatowe | | Opracowanie tekstów |
| C21\_K01 | krytycznej i obiektywnej oceny efektów pracy redaktorskiej i edytorskiej własnej i innych | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Obserwacja pracy na zajęciach |
| C21\_K02 | bycia odpowiedzialnym za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, działania dla dobra wspólnego | | MI\_K02 | Ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **0,6** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Samodzielna redakcja i edycja tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  Samodzielna redakcja i edycja tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 15  10  **25**  **1,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Zapoznanie studentów z zasadami redakcji i korekty tekstu, wdrożenie do praktycznych rozwiązań edytorskich i świadomości dbałości o poziom redakcyjny tekstu drukowanego i publikowanego w internecie; błędy edytorskie i ich eliminowanie, umiejętność krytycznej oceny tekstu cudzego i własnego, analiza redakcyjna teksu tłumaczonego |
| **Metody i techniki kształcenia:** | prezentacja multimedialna informacyjna i problemowa oraz warsztaty, kolokwium zaliczeniowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest obowiązkowa obecność na zajęciach, zaliczone kolokwium i praca zaliczeniowa. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć.  Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Prace zaliczeniowe maks. 50 pkt.  2. Kolokwium maks. 50 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Kultura i norma języka polskiego, Praktyczna stylistyka |
| **Zalecana literatura:** | Obowiązkowa:   1. Słowniki i poradniki językowe PWN 2. Robert Chwałowski, Typografia typowej książki, Gliwice 2002 3. Tekla Malinowska, Ludwik Syta, Redagowanie techniczne książki, Wydawnictwa Naukowo- Techniczne, Warszawa 1981 4. Adam Wolański, Edycja tekstów, Warszawa 2008   Uzupełniająca   1. Barbara Osuchowska, Poradnik autora, tłumacza i redaktora, Warszawa 2004 2. Keith Houston, Książka. Najpotężniejszy przedmiot naszych czasów zbadany od deski do deski, Kraków 2017 3. Roland Reuß, Perfekcyjna maszyna do czytania. O ergonomii książki, Kraków 2017 4. Marcin Rychlewski, Książka jako towar, książka jako znak. Studia z socjologii literatury, Gdańsk 2013 |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Strategie komunikacji C22 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Communication Strategies |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Podstawowe strategie komunikacji oraz sposoby i mechanizmy ich kształtowania, wybór określonej strategii marketingowej. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h  ćwiczenia audytoryjne – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| C22\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady formułowania i wyboru strategii komunikacji oraz rodzaje strategii marketingowych, sposoby postępowania na rynku w zróżnicowanych i zmieniających się warunkach | | MI\_W03 | Wykład | Egzamin | |
| C22\_U01 | zidentyfikować sytuację rynkową przedsiębiorstwa pod kątem doboru strategii komunikacyjnych | | MI\_U02 | Ćwiczenia audytoryjne | Praca zaliczeniowa | |
| C22\_U02 | sformułować strategię komunikacji oraz dokonać prawidłowego wyboru odpowiedniego rodzaju strategii marketingowej | | MI\_U03 | Ćwiczenia audytoryjne | Praca zaliczeniowa | |
| C22\_K01 | krytycznej oceny własnych umiejętności w zakresie strategii komunikacyjnych | | MI\_K01 | Ćwiczenia  audytoryjne | Obserwacja pracy podczas zajęć, rozmowa | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | | 15 15  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie prac zaliczeniowych  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia audytoryjne  Przygotowanie prac zaliczeniowych  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  20  **35**  **1,4** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Strategia komunikacji jej dostosowanie do modelów marki osobistej.  Predyspozycje osobowościowe w procesie komunikacji marketingowej.  Treść i proces kształtowania strategii marketingowych  Główne zasady tworzenia strategii  Miejsce strategii marketingowych w strukturze przedsiębiorstwa  Formułowanie i i wybór strategii marketingowych  Analiza konkurencji, prawidłowe dostosowanie strategii  Dostosowanie strategii komunikacji do grupy docelowej  Strategie dla firm usługowych i sklepów internetowych  Strategie komunikacji marketingowej |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, projekt, gra symulacyjna |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Praca zaliczeniowa, czyli projekty wykonywane w ramach zajęć forma gry - oddanie potrzebnej dokumentacji wynik rozgrywek + projekt) – 100%  Kolokwium końcowe 50% możliwe zwolnienie za wykonywanie aktywności podczas gry symulacyjnej  Egzamin – 50% |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Projekty realizowane w trakcie zajęć są jednym z fundamentów zaliczenia przedmiotu. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Projekty wykonywane w ramach zajęć tj. gra, projekt, średnia z ocen  Kolokwium plus projekt średnia z ocen. |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. J.Altkorn — Strategia marki, Warszawa, 2001, PWE 2. A.Baruk — Nowoczesna strategia marketingowa, Warszawa, 2002, PWN 3. L. Garbarski — Zachowania nabywców na rynków, Warszawa, 2001, PWE 4. P. Kotler — Marketing, Warszawa, 2003, Gebether i S-ka [McDonald, Malcolm.; Wilson, Hugh; Łuczkiewicz, Grzegorz. — Plany marketingowe, Warszawa, 2012, Oficyna a Wolters Kluwer business 5. M. Dawid-Sawicka, E. Stelmach, 13 wzorców dobrej komunikacji i relacji. Analiza transakcyjna w praktyce, Wolters Kluwer Polska 2023 6. P Morreale Shewryn, H.Brian Spitzberg, KevinJ. Barge. Komunikacja między ludźmi. PWN 2024 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Planowanie strategii marketingowej C23 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Planning a Marketing Strategy |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Cele i strategie marketingowe, narzędzia do realizacji i analizy rezultatów strategii. Przygotowanie do planowania strategii marketingowej. Strategia komunikacji marki, plan marketingowy. Określenie grupy docelowej, słów kluczowych. Identyfikacja wartości, opracowanie USP. Opracowanie oferty, wybrane modele. Dobór kanałów marketingowych do strategii. Zalety i wady najpopularniejszych kanałów marketingowych. Budowa lejków marketingowych. Opracowanie value ladder, lead magnet, aktywatorów i maksymalizatorów. Optymalizacja konwersji. Sposoby poprawy obsługi klienta. Zwiększanie wartości klienta. Systemy poleceń, pozyskiwania opinii i programy referencyjne. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia projektowe – 20 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | | |
| C23\_W01 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z określaniem strategii marketingowej, doborem narzędzi do realizacji jej celów a także analizy przebiegu i rezultatów. | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C23\_U01 | samodzielne zdobywanie i selekcjonowanie informacji dotyczących planowania wybranych strategii marketingowych | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C23\_U02 | stosować narzędzia Google Analytics do skutecznego planowania strategii marketingowej | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C23\_U03 | dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do planowania strategii i analizy skuteczności komunikacji marketingowej, zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C23\_K01 | przestrzegania zasad etyki w planowaniu strategii marketingowych | | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy podczas zajęć | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | | 20  **20**  **0,8** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie prac projektowych i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | | | 30  **30**  **1,2** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie prac projektowych i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | | | 20  30  **50**  **2,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Strategia komunikacji marki, plan marketingowy. Określenie grupy docelowej, słów kluczowych. Identyfikacja wartości, opracowanie USP. Opracowanie oferty, wybrane modele. Dobór kanałów marketingowych do strategii. Omówienie zalet i wad najpopularniejszych kanałów marketingowych. Budowa lejków marketingowych. Opracowanie value ladder, lead magnet, aktywatorów i maksymalizatorów. Optymalizacja konwersji. Sposoby poprawy obsługi klienta. Zwiększanie wartości klienta. Systemy poleceń, pozyskiwania opinii i programy referencyjne. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Ćwiczenia projektowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Prace zaliczeniowe - 50%  Projekt końcowy - 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Potwora D., Potwora W. Innowacje a strategie marketingowe przedsiębiorstw. Wyd. Difin, Warszawa 2020. 2. Obłój K. Planowanie strategiczne. Wyd. PWE, Warszawa 2014. 3. SEO jako element strategii marketingowej. Wyd. HELION, Gliwice, 2020. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie zasobami ludzkimi C24 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Human Resources Management |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Wiedzy z dziedziny zarządzania zasobami ludzkimi oraz kształtowanie podstawowych umiejętności rozwiązywania problemów związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 20 h  Ćwiczenia audytoryjne – 10 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C24\_W01 | w zaawansowanym stopniu rodzaje więzi społecznych, zachowania organizacyjne oraz rządzące nimi prawidłowości | | MI\_W03 | Wykład | Egzamin |
| C24\_W02 | zasady związane z kierowaniem zasobami ludzkimi i kształtowaniem efektywności pracy w zespołach pracowniczych | | MI\_W07 | Wykład  Ćwiczenia audytoryjne | Egzamin |
| C24\_U01 | potrafi zastosować metody i narzędzia używane na wszystkich etapach procesu kadrowego | | MI\_U07 | Ćwiczenia audytoryjne | Ocena z kolokwium,  Zaliczenie prac cząstkowych |
| C24\_U02 | potrafi kierować praca zespołu (pracowników – studentów) oraz wykorzystywać zdobytą wiedzę z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi w dalszym procesie kształcenia, a także w rozwiązywaniu problemów w przyszłym środowisku pracy | | MI\_U07 | Ćwiczenia audytoryjne | Prezentacja na wybrany temat |
| C24\_K01 | kierowania małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty pracy zespołu, świadomie wykorzystując wszystkie podstawowe funkcje zarządzania | | MI\_K03 | Ćwiczenia audytoryjne | Obserwacja pracy na zajęciach, rozmowa |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 20  10  **30**  **1,0** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | |  | | | - |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykłady: Zarządzanie zasobami ludzkimi – podstawowe definicje, problemy terminologiczne; Rozwój podejścia do zarządzania ludźmi w perspektywie historycznej: personel-kadry-zasoby ludzkie-kapitał intelektualny. Ludzie jako zasób strategiczny. Kapitał ludzki i kapitał intelektualny organizacji; Kompetencje pracownicze; strategie ZZL, model Harvarda vs model Michigan oraz model sita vs model zasobów ludzkich. Szczeble kierowania. Style kierowania. Struktura i formy zatrudnienia. Proces kadrowy. Podmioty i narzędzia zarządzania zasobami ludzkimi. Kształtowanie wynagrodzeń: strategie, składniki, formy i systemy wynagradzania; Wartościowanie stanowisk pracy i wymiarowanie pracy. Motywowanie w procesie pracy. Kontekst etyczny zarządzania zasobami ludzkimi.  Ćwiczenia: Badanie pracy; Ocenianie w procesie pracy. Elementy procesu kadrowego w ujęciu praktycznym. Przywództwo w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Rola kierownictwa w aspekcie ZZL.  Role, cele i zadania działu HR. Podejmowanie decyzji kadrowych. Motywowanie w ujęciu praktycznym. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład informacyjny i problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych oraz metoda przypadku i ćwiczenia grupowe z podziałem na role |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Egzamin pisemny  Ćwiczenia audytoryjne składające się z kilku odrębnych zadań cząstkowych  Kolokwium sprawdzające wiedzę teoretyczną |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu, natomiast warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest zaliczenie wykładów oraz ćwiczeń. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Egzamin – 50%  Zaliczenie wykładów: 25% (w tym kolokwium – 15%, udział w zajęciach - 5%, prezentacja multimedialna – 5%)  Zaliczenie ćwiczeń 25% (przygotowanie i zaliczenie prac cząstkowych) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie z prowadzącym |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy ekonomii biznesu, Przedsiębiorczość i własny biznes |
| **Zalecana literatura:** | 1. Lenik P., Motywatory pozapłacowe, czyli droga do nowej jakości pracowników, Difin, Warszawa 2012 2. Zając C., Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2007 3. Pawlak Z., Zarządzanie zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011 4. Griffin R.W., Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa 2002 Lenik P., Kapitał ludzki w organizacji oraz proces kadrowy w kontekście ZKL, [w:] P. Lenik (red.), Zarządzanie organizacjami, PWSZ w Krośnie, Krosno 2018 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Etyka biznesu C25 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Business Ethics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnie |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Treści programowe obejmują przedstawienie podstawowych zasad norm etycznych i moralnych mających zastosowanie w poszczególnych obszarach działalności gospodarczej w warunkach wolnego rynku. Umiejętność zastosowania zasad z zakresu etyki, pozwalających na trafną ocenę pod względem moralnym podejmowanych przez przedsiębiorców decyzji w zakresie gospodarowania w obszarze marketingu internetowego. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C25\_W01 | znaczenie etyki w biznesie | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | kolokwium |
| C25\_W02 | w zaawansowanym stopniu zasady moralne i etyczne w procesie prowadzenia działalności gospodarczej w obszarze marketingu internetowego | | MI\_W07 | Wykład konwersatoryjny | Kolokwium, prezentacja |
| C25\_U01 | ocenić i wskazać zasadność wdrażania zasad moralnych i etycznych w procesie prowadzenia działalności gospodarczej w obszarze marketingu internetowego | | MI\_U02 | Wykład konwersatoryjny | prezentacja |
| C25\_K01 | świadomego stosowania zasad i norm prawa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej | | MI\_K01 | Wykład konwersatoryjny | Obserwacja |
| C25\_K02 | akceptacji zasad i normy etycznych wskazanych w kodeksach etycznych i moralnych | | MI\_K04 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  Przygotowanie prezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  **10**  **0,4** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | wykład:  Etyka i jej przedmiot. Normy moralne i prawne. Sumienie. Miejsce etyki w społeczności wolnego rynku. Etyka biznesu i jej problematyka. Komponenty etycznej firmy.  Przestrzeganie zasad moralnych sprawiedliwości, umiaru, słuszności, praworządności i wynikających z nich reguł postępowania. Standardy etyczne dobrego menedżera, pożądanych cech charakteru i metod zarządzania personelem firmy. Etyka pracy – prawa i obowiązki pracowników.  Tajemnice prawnie chronione w działalności gospodarczej. Moralne i prawne aspekty obowiązku dochowania tajemnicy. Granice pracowniczej lojalności i odpowiedzialności.  Konflikty w środowisku pracy i ich podłoże. Etyczne sposoby ich przezwyciężania. Poprzez kompromis do współpracy. Etyka negocjacji: główne dylematy etyczne. Taktyki manipulacyjne. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | zajęcia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | kolokwium pisemne i prezentacja |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z prezentacji |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocen z kolokwium 80%, ocena z prezentacji 20% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Podstawy zarządzania |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Rybak. M.: Etyka menedżera. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. PWN, Warszawa 2004. 2. Filek J. (red.), Etyka biznesu. Studia przypadków. Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012. 3. Gasparski W.: Biznes, etyka, odpowiedzialność. PWN, Warszawa 2012. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | | | | Projektowanie lejków sprzedażowych C26 | | | | | |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | | | | Designing Sales Funnels | | | | | |
| **Kierunek studiów:** | | | | Marketing internetowy | | | | | |
| **Poziom studiów:** | | | | Studia I stopnia | | | | | |
| **Profil:** | | | | Praktyczny | | | | | |
| **Forma studiów:** | | | | Studia stacjonarne | | | | | |
| **Punkty ECTS:** | | | | 1 | | | | | |
| **Język wykładowy:** | | | | polski | | | | | |
| **Rok akademicki:** | | | | od 2025/2026 | | | | | |
| **Semestr:** | | | | 6 | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Rozwinięcie kompetencji menedżerskich ukierunkowanych na kontakt z klientem. Analiza potrzeb i zachowań klientów. Wykorzystanie narzędzi marketingowych do projektowania skutecznych lejków sprzedażowych. | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia projektowe – 20 h | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| C26\_W01 | w zaawansowanym stopniu rozumie podstawę koncepcji lejka sprzedażowego | | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt | |
| C26\_U01 | dokonać analizy lejka oraz wskazać miejsca wymagające poprawy | | | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt | |
| C26\_U02 | zaprojektować zestaw stron typu LP oraz TP i połączyć je z lejkiem | | | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt | |
| C26\_U03 | korzystać z narzędzi typu autoresponder do email marketingu oraz łączyć wiele narzędzi zgodnie z zaplanowaną strategią | | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt | |
| C26\_U04 | zaprojektować prosty lejek sprzedażowy i rozróżnić jego elementy | | | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt | |
| C26\_U05 | zaprojektować formularze kontaktowe oraz stosować remarketing | | | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt | |
| C26\_K01 | posiadania świadomości roli, zasad i norm prawa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej; stosowania zasad etyki zawodowej | | | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Obserwacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **1** | | | | Stacjonarne | | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **W sumie:**  ECTS | | | | 20  **20**  **0,8** | | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | | 5  **5**  **0,2** | | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  5  **25**  **1,0** | | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Ćwiczenia:**  Definicja i zastosowanie lejków sprzedażowych.  Poziomy zaawansowania lejka  Narzędzia i techniki wspomagające  Automatyzacja procesu  Oprogramowanie wspomagające  Definicja remarketingu  Email marketing  Kontrola etapów lejka  Analiza skuteczności działania  Projektowanie sekwencji działań  Projektowanie sekwencji email  Projektowanie budżetu  Analiza konkurencji | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | ćwiczenia projektowe | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Projekt | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocena z przygotowanego projektu lejka sprzedażowego | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Timothy Royer, Sharif Shaalan, 2023. Wprowadzenie do Salesforce. Wyd. Helion, Warszawa. 2. Grzegorz Mazurek, 2018, E-marketing. Wyd. POLTEX. 3. Barbara Stawarz, 2017. Content Marketing i Social Media (eBook). Wyd. Naukowe PWN. 4. <https://ks.pl/slownik/co-to-jest-lejek-sprzedazowy> | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Bezpieczeństwo informacji C27 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information Security |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia I stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Omówienie istoty informacji, problematyki jej bezpieczeństwa, możliwości ochrony prawnej i fizycznej informacji w zakresie marketingu internetowego. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | wykład – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C27\_W01 | w zaawansowanym stopniu zagrożenia związane ze stosowaniem systemów informatycznych | | MI\_W05 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium |
| C27\_W02 | podstawowe pojęcia, modele i mechanizmy dotyczące bezpieczeństwa informacji | | MI\_W06 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium |
| C27\_U01 | stosować techniczne środki ochrony informacji, takie jak szyfrowanie, systemy kontroli dostępu, firewall | | MI\_U03 | Wykład konwersatoryjny | | Kolokwium |
| C27\_K01 | do krytycznej oceny zabezpieczeń informacji | | MI\_K01 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja na zajęciach |
| C27\_K02 | do analizy dokumentów i aktów prawnych dotyczących ochrony informacji | | MI\_K04 | Wykład konwersatoryjny | | Dyskusja na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **W sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | - | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**   1. Podstawowe pojęcia związane z bezpieczeństwem informacji 2. Przepisy prawne traktujące o bezpieczeństwie informacji 3. Elementy kryptografii 4. Bezpieczeństwo haseł 5. Bezpieczeństwo aplikacji webowych |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład z prezentacją multimedialną |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie kolokwium |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z kolokwium: 100% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | Literatura podstawowa:   1. Zmitrowicz, K., Jakość projektów informatycznych, Helion, Gliwice, 2015 2. IT w Administracji, PRESSCOM Sp. z o.o., Wrocław 3. Ustawa o ochronie danych osobowych   Literatura uzupełniająca:   1. Karbowski, M., Podstawy kryptografii, Helion , Gliwice, 2014 2. Liderman, K., Analiza ryzyka i ochrona informacji w systemach komputerowych, Warszawa, PWN, 2008 3. Liderman, K., Bezpieczeństwo informacyjne, Warszawa, PWN, 2012 4. Rodzina norm ISO 27000 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa C28 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Diploma Seminar and Diploma Thesis |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 17 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5, 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Zapoznanie studentów z regułami związanymi z metodologią pisania pracy dyplomowej.  Przygotowanie przez studentów prac dyplomowych zgodnych z wymogami metodyki i metodologii pracy naukowej na poziomie pracy licencjackiej, a także zachowaniem zasad etyki i poszanowania prawa autorskiego.  Wykorzystanie wiedzy oraz umiejętność właściwego doboru informacji i korzystania z literatury przedmiotu.  Umiejętność formułowania pytań badawczych, prowadzenia wywodu naukowego i rozwiązywania problemów naukowych na poziomie wymogów pracy licencjackiej, a także umiejętność dowodzenia, podsumowania, wartościowania, wnioskowania. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Seminarium – 60 h | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| C28\_W01 | w zaawansowanym stopniu metodologię właściwą dla obszaru nauk społecznych, dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach w tym do wykonania projektu aplikacyjnego na rzecz interesariusza | | | | MI\_W03 | Seminarium | | Ocena postępów w przygotowaniu pracy dyplomowej ocena postępów w przygotowaniu pracy dyplomowej |
| C28\_W02 | w zaawansowanym stopniu zagadnienia związane z marketingiem internetowym ze szczególnym uwzględnieniem content marketingu oraz promowaniem witryn internetowych (SEM) w Internecie | | | | MI\_W04 | Seminarium | | Ocena postępów w przygotowaniu pracy dyplomowej |
| C28\_W03 | sposoby wykorzystywania narzędzi informatycznych, w tym do wykonania projektu dyplomowego | | | | MI\_W04 | Seminarium | | Analiza doboru narzędzi i ich wykorzystania |
| C28\_U01 | korzystać z literatury fachowej do potrzebnej do napisania pracy dyplomowej z zakresu marketingu internetowego | | | | MI\_U01 | Seminarium | | Ocena postępów w przygotowaniu pracy dyplomowej |
| C28\_U02 | wykorzystać posiadaną wiedzę do przygotowania zaawansowanych projektów marketingowych o estetycznym wyglądzie | | | | MI\_U03 | Seminarium | | Ocena postępów w przygotowaniu pracy dyplomowej |
| C28\_U03 | przygotować prace dyplomową i prezentację wykorzystując znajomość technik komputerowych i multimedialnych | | | | MI\_U02 | Seminarium | | Ocena projektu pracy dyplomowej i prezentacji |
| C28\_K01 | krytycznej oceny nabytej w trakcie studiów wiedzy | | | | MI\_K01 | Seminarium | | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **17** | | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Seminarium  **w sumie:**  ECTS | | | | 60  **60**  **2,4** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Gromadzenie literatury (praca w bibliotece oraz zasobach internetowych), materiałów do opracowania poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej,  Przygotowanie części badawczej pracy dyplomowej (dobór narzędzi badawczych, przeprowadzenie badania, analiza i opracowanie danych)  Studia literaturowe, praca redakcyjna, korekcyjna, skład i przygotowanie do druku  **w sumie:**  ECTS | | | | 115  150  100  **365**  **14,6** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Seminarium  Przygotowanie części badawczej pracy dyplomowej i studia literaturowe  **w sumie:**  ECTS | | | | **60**  **250**  **310**  **12,4** | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | | S1. Zapoznanie z tematyką seminarium dyplomowego; zasady dyplomowania w PANS w Krośnie; wybór tematyki pracy licencjackiej.  S2. Struktura pracy dyplomowej; wymagania dotyczące prac licencjackich; formalne, techniczne i merytoryczne kryteria oceny prac licencjackich; etyczność w przygotowywaniu prac licencjackich.  S3. Dobór literatury i materiałów źródłowych, zasady poszukiwania źródeł i opracowania materiałów.  S4. Redagowanie pracy, przypisy, spis tabel wykresów, wykaz literatury, formułowanie wstępu i zakończenia.  S5. Metodyka procesu badawczego: jakościowe i ilościowe metody badawcze.  S6. Konkretyzacja tematu pracy dyplomowej; formułowanie celów pracy, hipotez badawczych, uzasadnienie wyboru tematu.  S7. Dyskusja nad planami prac przygotowanymi przez studentów.  S8. Prezentacje koncepcji pracy dyplomowej przez studentów lub/i referatów związanych z tematyką pracy.  Warunkiem zaliczenia semestru jest zaakceptowanie planu pracy licencjackiej oraz oddanie co najmniej jednego teoretycznego rozdziału pracy.  S9. Wybór metodologii i przygotowanie badania empirycznego / dowodzenia naukowego.  S10. Przedstawianie przygotowanych rozdziałów pracy i źródeł danych.  S11. Analiza i dyskusja nad przygotowanymi rozdziałami pracy.  S12. Prezentacja przez studentów wyników badań, wypracowanych wniosków.  S13. Formułowanie wniosków badawczych / aplikacyjnych.  S14. Opracowanie pracy dyplomowej – forma edytorska pracy; końcowe konsultacje dotyczące problematyki redakcyjnej, korekcyjnej oraz prezentacji pracy licencjackiej.  S15. Przyjęcie prac, przygotowanie do egzaminu dyplomowego.  **Praca własna:**  Podstawowe reguły związane z metodologią pisania prac dyplomowych. Opracowanie wizualne pracy dyplomowej. Określenie problematyki badawczej i przedmiotu pracy. Plan pracy dyplomowej. Koncepcja pracy. Formułowanie celów i pytań badawczych pracy. Formułowanie tematu pracy. Techniki poszukiwania literatury przedmiotu i źródeł. Technika pisania pracy. Studia literaturowe. Zbieranie i porządkowanie materiałów źródłowych. Konstrukcja pracy. Referowanie poszczególnych koncepcji, tematów, rozwiązywanie problemów badawczych i technicznych. Rozwiązywanie problemów występujących w procesie przygotowania pracy dyplomowej, poszukiwania i porządkowania materiałów źródłowych, archiwizacji, unikania błędów merytorycznych, stylistycznych, a także plagiatu. Prezentacja części pracy. Korekta. Prezentacja tekstu w całości. Korekta ostateczna. Przygotowanie do obrony pracy dyplomowej. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | | wykład informacyjny i problemowy, dyskusja, analiza tekstu, metoda przypadków, prezentacja,  praca samodzielna wsparta konsultacjami | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | | Warunkiem zaliczenia I semestru jest zaakceptowanie planu pracy licencjackiej oraz oddanie co najmniej jednego teoretycznego rozdziału pracy.  Przedstawianie przygotowanych rozdziałów pracy i źródeł danych.  Prezentacja wyników badań, wypracowanych wniosków.  Opracowanie pracy dyplomowej oraz prezentacja pracy licencjackiej. | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | | Uczestnictwo w zajęciach – obowiązkowe | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | | Ocena postępów przy pisaniu poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | | Wiedza i umiejętności zdobyte w trakcie dotychczasowego procesu kształcenia. | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | | 1. Czakon W., Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu, Wydawca Nieoczywiste, Warszawa 2021 2. Kuziak M, Rzepczyński S., Jak pisać? PWN, Warszawa 2008 3. Zenderowski R., Praca magisterska. Licencjat. Krótki przewodnik po metodologii pisania i obrony pracy dyplomowej, CeDeWu, Warszawa 2009 4. Pioterek P., Zieleniecka B., Technika pisania prac dyplomowych, WSB, Poznań 2000 5. Pułło A., Prace magisterskie i licencjackie: wskazówki dla studentów, WN PWN, Warszawa 2000 6. Przykłady prac dyplomowych, Portal wiedzy Prace, serwis elektroniczny, <http://eprace.edu.pl> 7. Kuziak M., Rzepczyński S.: „*Jak pisać*?”, Park Edukacja. Bielsko Biała, 2007.   Wskazana przez Promotora, zgodna z wybranym tematem pracy dyplomowej  Lektura dodatkowa zależna od wybranego modułu specjalnościowego tematu pracy licencjackiej. | | | | | |

# D Grupa przedmiotów do wyboru:

# D1 Twórca treści: Content Creator



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Public relations w social mediach D1.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Public Relations in Social Media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/20264 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Znajomość odstawowych pojęć, celów i funkcji Public Relations oraz ich zastosowanie w środowisku mediów społecznościowych. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | Wykład – 15 h  ćwiczenia projektowe – 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| D1.1\_W01 | w zaawansowanym stopniu rolę social mediów w budowaniu wizerunku i komunikacji z otoczeniem organizacji | | | MI\_W02 | Wykład | Kolokwium | |
| D1.1\_W02 | w zaawansowanym stopniu definicje, istotę i historię PR oraz ich przełożenie na działalność zawodową w marketingu internetowym | | | MI\_W03 | Wykład | Kolokwium | |
| D1.1\_W03 | w zaawansowanym stopniu specyfikę poszczególnych platform społecznościowych i zasady tworzenia treści dopasowanych do danej grupy docelowej | | | MI\_W05 | Wykład | Kolokwium | |
| D1.1\_U01 | opracować prostą kampanię PR z wykorzystaniem mediów społecznościowych | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Praca projektowa | |
| D1.1\_U02 | zastosować podstawowe narzędzia PR | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Praca projektowa | |
| D1.1\_U03 | posługiwać się terminologią opisującą procesy komunikacji i działalność PR | | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Praca projektowa | |
| D1.1\_U04 | zidentyfikować potencjalne sytuacje kryzysowe w social mediach oraz zaproponować odpowiednie działania zaradcze dobierając odpowiednie źródła informacji | | | MI\_U10 | Ćwiczenia projektowe | Praca projektowa | |
| D1.1\_K01 | rozwijania swoich kompetencji komunikacyjnych i rozpoznawania barier w celu coraz skuteczniejszego funkcjonowania w social mediach dla celów marketingowych | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Ocena aktywności w czasie zajęć | |
| D1.1\_K02 | stosowania zasad etycznego komunikowania się w social mediach | | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Ocena aktywności w czasie zajęć | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **3** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektu  Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 30  15  **45**  **1,8** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Wykład:  Publik relations – podstawowe definicje.  PR jako imagistyka społeczna – pozytywny wizerunek osoby w społeczeństwie.  Relacje z otoczeniem – klienci, mieszkańcy, pracownicy, członkowie organizacji i stowarzyszeń lokalnych.  Nauka i sztuka osiągania harmonii z otoczeniem – wzajemne porozumienie, funkcja informacji, perswazji, dostosowania się.  Relacje z mediami.  Ćwiczenia:  Identyfikacja wizualna firmy, osoby, produktu, usługi, reklama i promocja. Organizacja imprez, spotkań (eventów).  E –PR- relacja z Blogerami.  Budowanie pozytywnego wizerunku firmy i pracodawcy. Komunikowanie się, kontakty międzyludzkie jako podstawowa, klasyczna metoda relacji.  Wizyta studentów w biurze PR, reklamy i promocji. | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Wykład multimedialny, analiza tekstu źródłowego, przeszukiwanie zasobów internetowych, analiza przypadka, dyskusja moderowana, | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie egzaminu i pracy projektowej | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Kolokwium zaliczeniowe 50%  Prace Projektowe 50% | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. *Public relations*, red. Przemysław Deszczyński, Wydawnictwo UEP, Poznań 2016. 2. Wojciech Budzyński, *Public relations. Wizerunek, reputacja, Tożsamość,* Poltekst, Warszawa 2018. 3. Anthony Davis, *Public relations,* tłum Grzegorz Dąbkowski, PWE, Warszawa 2007. 4. Krystyna Wójcik, *Public relations*. *Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wydanie V, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2013. 5. Jerzy Szyfter, *Public Relations w Internecie*, Helion, Gliwice 2005. | | | | |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Opis wygenerowany automatycznie

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | E-mail marketing D1.2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | E-mail Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Podstawy tworzenia list mailingowych, newsletterów oraz korespondencji masowej. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 45 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| D1.2\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia newsletterów i kampanii mailingowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Test wyboru | |
| D1.2\_W02 | w zaawansowanym stopniu najbardziej znane systemy mailingowe | | MI\_W04 | Ćwiczenia projektowe | Test wyboru | |
| D1.2\_U01 | stworzyć zautomatyzowane wiadomości mailingowe oraz ustawić autoresponder | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Ocena realizacji poszczególnych etapów projektu | |
| D1.2\_U02 | zastosować w praktyce zasady tworzenia baz mailingowych | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.2\_U03 | wykorzystywać posiadaną wiedzę do tworzenia newsletterów oraz oceny ich efektywności | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Ocena realizacji poszczególnych etapów projektu | |
| D1.2\_U04 | posługiwać się terminologią z zakresu zarządzania e-mail marketingiem | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Ocena realizacji poszczególnych etapów projektu | |
| D1.2\_U05 | dostosować wiadomości e-mail do konkretnej grupy odbiorców, samodzielnie tworzyć personę | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Ocena realizacji poszczególnych etapów projektu | |
| D1.2\_K01 | zastosowania zasad utrzymania higieny baz mailingowych oraz przestrzegania zasad etyki w mass mailingu | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 45  **45**  **1,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu wieloetapowego  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | | 40  15  **55**  **2,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu wieloetapowego  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | | 45  40  15  **100**  **4,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | - Wprowadzenie do e-mail marketingu  - Budowanie i segmentacja baz danych  - Istota spamu  - Kreacja w e-mail marketingu  - Zarządzanie danymi i prywatność – aktualne przepisy  - Testowanie skuteczności newslettera  - Mierniki efektywności |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Ustalane indywidualnie z prowadzącym |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Tak, obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | projekty wieloetapowy w ramach zajęć – 60%  test wyboru 30% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 2. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 3. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 4. Piotr Krupa,Maciej Ossowski, E-mail marketing, Helion, Gliwice 2013. 5. Jason Rodriguez, *Nowoczesny e-mail marketing. Uniwersalny, responsywny i skuteczny mailing w HTML-u*, Helion, Gliwice 2015. 6. Artur Dąbrowski-Filip Kłodawski, *E-mail marketing oswojony. Teoria, praktyka, prawda,* Helion, Gliwice 2018. 7. Paweł Sala, *Świeże podejście do email marketingu*, Freshmail, Warszawa 2017. 8. Maciorowski Artur, *Skuteczny e-mail marketing*, Edgard, Warszawa 2014. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Reklama w social mediach D1.3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Advertising in Social Media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Podstawowe narzędzia tworzenia reklam, zasady i zalety reklamy w social mediach | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| D1.3\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia reklam w social mediach | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.3\_U01 | stworzyć reklamę w social mediach | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.3\_U02 | analizować wyniki kampanii reklamowych z użyciem narzędzi analitycznych | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.3\_U03 | optymalizować kampanie reklamowe w oparciu o dane | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.3\_K01 | wykazania inicjatywy i samodzielności w poszukiwaniu nowych narzędzi i trendów w reklamie online | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy za zajęciach |
| D1.3\_K02 | analizy wpływu treści reklamowych na odbiorców reklamy, ze szczególnym uwzględnieniem zasad etyki w reklamie | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów i pracy końcowej  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **2,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów i pracy końcowej  **w sumie:**  ECTS | | | 30  45  **75**  **3,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Jak stworzyć reklamę w Social Media 2. Zasady tworzenia reklamy w Social Media 3. Reklama natywna - przykłady 4. Jak tworzyć treści reklamy 5. Klient a reklama 6. Social media ads 7. Zalety reklamy w social media 8. Formaty reklamy display. Mechanika działania. 9. Efektywność reklamy display. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie poszczególnych treści z ćwiczeń.  Pozytywna ocena z projektu |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Projekty wykonywane w ramach zajęć – 50%  Projekt końcowy 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Katarzyna Bachnik, Justyna Szumniak-Samolej, *Potencjał biznesowy mediów* *społecznościowych*, Poltext, Warszawa 2015. 2. Iwona Lupa-Wójcik, *Social media*. *Strategicznie. wprowadzenie*, Wydawnistwo Sphia Bauty, Katowice 2018. 3. M. Czaplicka, *Uwiedź klienta. Marketing w social mediach*, PWN, Warszawa 2019. 4. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 5. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 6. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 7. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 8. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 9. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Śliwińska Krystyna, Pacut Mirosław, Oficyna Wolters, Warszawa 2011. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Opis wygenerowany automatycznie

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Content marketing D1.4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Content Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Zasady tworzenia treści marketingowych, techniczne aspekty publikowania w sieci, analiza zawartości treści marketingowych umieszczanych w Internecie. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| D1.4\_W01 | w zaawansowanym stopniu zna podstawowe typy i główne cele content marketingu | | MI\_W02 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwium | |
| D1.4\_W02 | w zaawansowanym stopniu teorie i metody komunikacji marketingowej z zastosowaniem content marketingu | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwium | |
| D1.4\_W03 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją za pomocą treści w mediach społecznościowych i w przestrzeni Internetu | | MI\_W04 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwium | |
| D1.4\_U01 | tworzyć plany marketingowe dostosowane do konkretnej grupy odbiorców | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_U02 | posługiwać się terminologią z zakresu content marketingu | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_U03 | zdobytą wiedzę stosować do tworzenia treści komunikacji marketingowej | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_K02 | przestrzegania zasad etyki w zakresie content marketingu | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja aktywności na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie prac projektowych i projekty końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 45  **45**  **1,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie prac projektowych i projekty końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  45  **75**  **3,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Czym jest content marketing i jak działa? * Cele content marketingu * Formy content marketingu i ich tworzenie * Content Marketing. Strategia i działania taktyczne. Skuteczność. * Trendy w Content Marketingu * Storytelling, czyli jak wykorzystać opowieść w budowaniu marki * Video marketing, YouTube i relacje live * Główne zasady copywritingu SEO - jak pisać, by zauważyć efekty * Jak prowadzić bloga firmowego - Analiza, publikacje i inne * Narzędzia przydatne w Content Marketingu * Fresh content, Evergreen content i recykling treści * Czym jest Branding i jak go budować? * E-mail marketing - jak pisać newsletter * Surfer, Content Editor * Wezwanie do działania (CTA) - dlaczego jest ważne * Content marketing & Social Media * Jak pisać opisy produktów, kategorii, opisy na stronę itd. * Jak pisać artykuły - treści zewnętrzne i wewnętrzne * Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne (typy linków) * Marketing wirusowy - czym jest i jak działa, content marketing a marketing wirusowy |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Systematyczne projekty z realizowanego materiału (w tym 2 prace zaliczeniowe) - 60%  Kolokwium końcowe - 40% |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. Terminowe oddanie prac realizowanych w ramach zajęć jest jedną z podstaw zaliczenia przedmiotu. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Systematyczne projekty z realizowanego materiału (w tym 2 prace zaliczeniowe) - 60%  Kolokwium końcowe - 40% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak, |
| **Zalecana literatura:** | 1. Barbara Stawarz-García, *Content marketing i social media*, PWN, Warszawa 2017. 2. Dariusz Puzyrkiewicz, *Biblia copywritingu*, Wyd. II poszerzone, Helion, Gliwice 2019. 3. Joanna Wrycza-Bekier, *Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą*, Wyd. 2, One Press, Gliwice 2018. 4. Ewa Szczepaniak, *Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć treści, które podbiją internet*, One Press, Gliwice 2019. 5. Steve Krug, *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, wydanie III, Helion, Gliwice 2014. 6. Artur Jabłoński, *Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting & Webwriting*, Helion, Gliwice 2017. 7. Maciej Dutko, *Copywriting internetowy*, PWN, Warszawa 2012.   Magdalena Jaworowicz, *Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej,* Difin, Warszawa 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | | Zarządzanie fanpagem D1.5 | | | | |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | | Fanpage Management | | | | |
| **Kierunek studiów:** | | Marketing Internetowy | | | | |
| **Poziom studiów:** | | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) | | | | |
| **Profil:** | | Praktyczny (P) | | | | |
| **Forma studiów:** | | Stacjonarna | | | | |
| **Punkty ECTS:** | | 4 | | | | |
| **Język wykładowy:** | | polski | | | | |
| **Rok akademicki:** | | od 2025/2026 | | | | |
| **Semestr:** | | 5 | | | | |
|  | | | | | | |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Poznanie podstawowych narzędzi RealTime marketingu, fanpage na Facebooku. Wykorzystanie YouTube w marketingu. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | ćwiczenia projektowe – 45 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| D1.5\_W01 | w zaawansowanym stopniu rolę i znaczenie fanpage’u w komunikacji marketingowej i wizerunkowej organizacji | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.5\_U01 | stosować funkcjonalności serwisów społecznościowych do budowania relacji z odbiorcami fanpage | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.5.\_U02 | wykorzystywać narzędzia analityczne do oceny skuteczności działań w zakresie content marketingu | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.5\_U03 | posługiwać się terminologią z zakresu komunikacji RealTime za pomocą serwisów społecznościowych | | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.5\_U04 | dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznemu, ze szczególnym uwzględnieniem uczenia się i śledzenia zmian w algorytmach i funkcjach platform społecznościowych | | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.5\_K01 | świadomego wpływu komunikacji fanpage na reputację organizacji i działania w sposób zgodny z jej misją i wartościami | | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **4** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektów cząstkowych i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 55  **55**  **2,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów cząstkowych i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 45  55  **100**  **4,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Jak stworzyć fanpage firmowy na poszczególnych kanałach społecznościowych. 2. Charakterystyka poszczególnych kanałów społecznościowych. 3. Jak tworzyć treści na fanpage. 4. Real Time Marketing w mediach społecznościowych. 5. Tworzenie skutecznej strategii budowy profilu. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie prac projektowych i projektu końcowego |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Projekty wykonywane w ramach zajęć – 50%  Projekt końcowy 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Katarzyna Bachnik, Justyna Szumniak-Samolej, *Potencjał biznesowy mediów* *społecznościowych*, Poltext, Warszawa 2015. 2. Iwona Lupa-Wójcik, *Social media*. *Strategicznie. wprowadzenie*, Wydawnistwo Sphia Bauty, Katowice 2018. 3. M. Czaplicka, *Uwiedź klienta. Marketing w social mediach*, PWN, Warszawa 2019. 4. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 5. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 6. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 7. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 8. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 9. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Śliwińska Krystyna, Pacut Mirosław, Oficyna Wolters, Warszawa 2011. |

# D2 Promowanie witryn internetowych: Specjalista SEM



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Pozycjonowanie off-site D2.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Off-Site Positioning |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Poznanie roli linków w pozycjonowaniu stron internetowych. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| D2.1\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia związane z pozycjonowaniem stron internetowych, ze szczególnym uwzględnieniem działań off-site | | MI\_W04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.1\_W02 | w zaawansowanym stopniu znaczenie budowania profilu linków dla widoczności strony w wyszukiwarkach | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.1\_U01 | przeprowadzić analizę linków własnej strony oraz konkurencji | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.1\_U02 | zaplanować i wdrożyć podstawową strategię pozyskiwania linków z katalogów, artykułów sponsorowanych, social mediów, blogów | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.1\_U03 | śledzić zmiany w algorytmach wyszukiwarek i aktualizować swoją wiedzę w tym zakresie | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | | Dyskusja na zajęciach, prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.1\_U04 | korzystać z narzędzi SEO do monitorowania efektów działań off-site | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.1\_K01 | długofalowego i etycznego budowania widoczności marki w sieci | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 30  45  **75**  **3,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Autorytet zewnętrzny * Spójność informacji * Rola linków w pozycjonowaniu i marketingu * Rodzaje linków oraz sposoby pozyskiwania * Wykorzystanie profilu linków konkurencji * Strategie link buildingowe * Plan link buildingowy * Nieetyczne techniki link buildingu * Narzędzia |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Projekty wykonywane w ramach zajęć – 50%  Projekt końcowy 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.* 6. <https://www.pozycjonusz.pl/> 7. <https://redelement.pl/> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie systemami reklamy PPC D2.2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | PPC Advertising Campaign Administration |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Poznanie podstaw tworzenia kampanii GoogleAd oraz zarządzania nimi. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 10 h  Ćwiczenia projektowe – 20 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| D2.2\_W01 | w zaawansowanym stopniu metody komunikacji marketingowej, typy kampanii, mierniki ich efektywności | | MI\_W03 | Wykład | Test wyboru | |
| D2.2\_W02 | w zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z kampaniami Google Ads | | MI\_W05 | Wykład | Test wyboru | |
| D2.2\_U01 | samodzielnie zaplanować, skonfigurować i uruchomić kampanię PPC w wybranym systemie reklamowym | | MI\_U01 | Ćwiczenia projektowe | Projekt wieloetapowy | |
| D2.2\_U02 | stosować narzędzia Google Ads do skutecznego reklamowania produktów i usług | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Projekt wieloetapowy | |
| D2.2\_U03 | dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania kampanii PPC, zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | Projekt wieloetapowy | |
| D2.2\_U04 | zarządzać budżetem kampanii i kontrolować zwrot z inwestycji (ROAS) | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Projekt wieloetapowy | |
| D2.2\_K02 | przejawiania inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań dotyczących systemów reklamy PPC służących dobru klienta | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na zajęciach, dyskusja | |
| D2.2\_K01 | stosowania przejrzystej i uczciwej reklamy cyfrowej zgodnej z przepisami prawa i etyki | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu wieloetapowego  Przygotowanie do kolokwium (testu)  **w sumie:**  ECTS | | | | 35  10  **45**  **1,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu wieloetapowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  35  **55**  **2,2** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykład:   1. Pojęcia i nawigacja w Google Ads 2. Kampanie w sieci wyszukiwania i rozszerzenia reklam (konwersja, ROI, CPA, CPM, Keyword Insertion Tool, AdWords, dopadowanie)   Ćwiczenia:   1. Kampanie displayowe z uwzględnieniem remarketingu 2. Kampanie produktowe 3. Kampanie video i kampanie dla aplikacji 4. Analiza i optymalizacja skuteczności kampanii 5. Pomiar skuteczności kampanii 6. Koncepcje i modele w PPC 7. Podstawowe pojęcia w PPC 8. Efektywność działań w SEM 9. Mechanika biddingu w reklamie Google Ads 10. Copyriting w PPC |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, praca warsztatowa |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Test wyboru – 50%  Projekt wieloetapowy 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaliczone podstawy projektowania stron internetowych oraz analityki internetowej |
| **Zalecana literatura:** | 1. Dawid Wydra, *Reklama Google Adwords w praktyce*, Edgard, Warszawa 2019. 2. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 3. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 4. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 5. Anastasia Holdren, *Reklama Google AdWords,* Helion, Gliwice 2012. 6. Kristina Cutura, *Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady*, Helion, Gliwice 2014. 7. Daniel Waisberg, *Google Analytics. Integracja i analiza danych*, Helion, Gliwice 2016. 8. Martyna Zastrożna, *Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych*, Helion, Gliwice 2015. |

Obraz zawierający tekst, Czcionka, projekt graficzny, Grafika

Zawartość wygenerowana przez sztuczną inteligencję może być niepoprawna.

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Pozycjonowanie on-site D2.3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | On-site Positioning |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Znajomość optymalizacji technicznej strony oraz optymalizacji semantycznej strony | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 45 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| D2.3\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia związane z SEO ze szczególnym uwzględnieniem działań on-site | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_W02 | w zaawansowanym stopniu zagadnienia optymalizacji treści pod kątem wyszukiwarek internetowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_U01 | zoptymalizować strukturę strony internetowej i linkowanie wewnętrzne w celu poprawy widoczności i indeksowania | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_U02 | edytować metadane oraz treści zgodnie z zasadami SEO | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_U03 | wdrażać techniczne poprawki wpływające na wydajność strony internetowej i jej dostępność dla robotów wyszukiwarek | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_U04 | Śledzić zmiany w algorytmach wyszukiwarek i stale aktualizować swoją wiedzę dotyczącą pozycjonowania on-site | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_K01 | rozumienia znaczenia zgodności strony internetowej z wytycznymi Google oraz UX dla użytkowników | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 45  **45**  **1,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 55  **55**  **2,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 45  55  **100**  **4,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Optymalizacja techniczna strony * Optymalizacja semantyczna strony * Doświadczenia użytkowników * Analiza słów kluczowych * Narzędzia i wtyczki |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, studium przypadku |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Projekty wykonywane w ramach zajęć – 50%  Projekt końcowy 50% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *The SEO Playbook*, Tomek Rudzki <https://theseoplaybook.com/> 2. SEO SAMODZIELNI Uczymy, jak robić SEO, Marcin Kamiński. 3. *SEO Marketing. Bądź widoczny w Internecie, Adrian Andrzejczyk, 2022*   <https://ks.pl/blog>  <https://ahrefs.com/blog/>  <https://www.screamingfrog.co.uk/blog/>  <https://www.seroundtable.com/>  <https://developers.google.com/search/docs/appearance?hl=pl> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Audytowanie kampanii PPC D2.4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Auditing PPC Campaigns |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Znajomość zasad audytowania w Google Ads i META Ads, ustawienia konta Google Ads i META Ads oraz sprawdzenie poprawności połączenia z Google Analytics. Ogólne ustawienia kampanii (sprawdzenie: strategii ustalania stawek, odpowiednio dobranych typów kampanii, zastosowanych słów kluczowych). | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| D2.4\_W01 | w zaawansowanym stopniu zasady audytu Google Ads i META Ads | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | Test wyboru | |
| D2.4\_U01 | zaprojektować ustawienia konta Google Ads i META Ads oraz sprawdzić połączenia z Google Analytics | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe | |
| D2.4\_U02 | sprawdzić ustawienia kampanii w Google Ads i META Ads – audyt | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe | |
| D2.4\_U03 | zaprojektować skuteczny lejek marketingowy z podziałem na kanały dotarcia i zweryfikować jego skuteczność | | MI\_U09 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe | |
| D2.4\_K01 | samodzielnego identyfikowania problemów i szukania rozwiązań w ramach prowadzonego audytu | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Obserwacja pracy na zajęciach | |
| D2.4\_K02 | świadomego i stałego monitorowania oraz doskonalenia działań reklamowych w dynamicznym środowisku online | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu wieloetapowego - audytu  **w sumie:**  ECTS | | | | 45  **45**  **1,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektu wieloetapowego – audytu  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  45  **75**  **3,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Czym jest audyt Google Ads? * Ustawienia konta Google Ads oraz sprawdzenie poprawności połączenia z Google Analytics * Ogólne ustawienia kampanii (sprawdzenie: strategii ustalania stawek, odpowiednio dobranych typów kampanii, zastosowanych słów kluczowych) * Analiza użytych w kampanii słów kluczowych (sprawdzenie dopasowań oraz listy wykluczonych słów kluczowych) * Analiza tekstów reklamowych oraz ich rozszerzeń * Sprawdzenie konwersji oraz poprawności ich mierzenia * Analiza wyników kampanii |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt lejka sprzedażowego 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Obecność w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <https://www.pozycjonusz.pl/>  <https://redelement.pl/> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Audyt SEO strony D2.5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Website SEO Audit |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu, analiza czynników wewnętrznych i zewnętrznych. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia projektowe – 45 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| D2.5\_W01 | w zaawansowanym stopniu znaczenie audytu SEO w procesie pozycjonowania stron i jego wpływ na efektywność działań marketingowych online | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.5\_W02 | w zaawansowanym stopniu narzędzia SEO wykorzystywana w audytach | | MI\_W04 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.5\_U01 | samodzielnie przeprowadzić audyt SEO strony internetowej, obejmujący aspekty techniczne, treściowe i linkowe | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.5\_U02 | interpretować dane z narzędzi analitycznych i wskazać kluczowe obszary wymagające poprawy | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.5\_U03 | opracować zestaw rekomendacji optymalizacyjnych na podstawie przeprowadzonego audytu | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D2.5\_K01 | współpracy z zespołem technicznym i contentowym w celu wdrożenia zaleceń audytowych | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Dyskusja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 55  **55**  **2,2** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów i projektu końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 45  55  **100**  **4,0** |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | * Narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu * On-Page - Analiza czynników na stronie internetowej * Off-Page - Analiza czynników zewnętrznych * Analiza techniczna * Analiza konkurencji * UX - Analiza czynników wpływających na zachowania użytkowników – podstawowe pojęcia i koncepcje User Experience.   Priorytetyzowanie zadań i formułowanie wytycznych | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, studium przypadku | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Projekty wykonywane w ramach zajęć – 50%  Projekt końcowy - 50% | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. *The SEO Playbook*, Tomek Rudzki <https://theseoplaybook.com/> 2. SEO SAMODZIELNI Uczymy, jak robić SEO, Marcin Kamiński. 3. *SEO. Zaawansowany audyt, Marco Maltraversi, Davide Prevosto, Giovanni Sacheli, 2021*   <https://ks.pl/blog>  <https://ahrefs.com/blog/>  <https://www.screamingfrog.co.uk/blog/>  <https://www.seroundtable.com/>  <https://developers.google.com/search/docs/appearance?hl=pl> | | | |

# D3 W zakresie praktyk



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Praktyka zawodowa D3.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Professional Practice |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 33 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3, 4, 5, 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Poszerzenie wiedzy studentów, rozwinięcie umiejętności i kompetencji społecznych zdobytych w trakcie studiów oraz ich wykorzystanie w praktyce zawodowej w obszarze e-marketingu. Skonfrontowanie posiadanych umiejętności z wymaganiami stawianymi przez pracodawców. Nabycie doświadczenia zawodowego. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | praktyka zawodowa 24 tygodnie – 960 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| D3.1\_W01 | w zaawansowanym stopniu rozumie zależności między różnymi kanałami e-marketingu (SEO, PPC, content, social media, e-mail marketing) w praktyce zawodowej | | MI\_W03 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_W02 | w zaawansowanym stopniu cykl życia kampanii marketingowej – od planowania, przez realizację, po analizę i raportowanie wyników | | MI\_W03 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_W03 | teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem informacji oraz skutecznym komunikowaniem w przestrzeni Internetu oraz ich zastosowanie w pracy zawodowej w zakresie marketingu internetowego | | MI\_W05 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_W04 | podstawowe zasady ochrony własności przemysłowej, intelektualnej, prawa autorskiego oraz podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z marketingiem internetowym, a także zasady prawne oraz dotyczące bezpieczeństwa pracy | | MI\_W06 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_W05 | zasady funkcjonowania podmiotów gospodarczych działających w obszarze marketingu internetowego (agencji marketingowych, startupów, działów marketingu, freelancerów) | | MI\_W07 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_U01 | wspierać realizację wybranych działań marketingowych – przygotować treści, prowadzić kampanie reklamowe, analizować dane | | MI\_U03 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_U03 | korzystać z narzędzi marketingowych (Google Ads, Google Analitics, Metaads, Canva, Wordpress, CRM, narzędzia e-mail marketingowych) | | MI\_U03 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_U04 | komunikować się z zespołem lub/i z klientem oraz dokumentować swoje działania zgodnie z wymaganiami organizacji | | MI\_U07 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_U0 | zastosować wiedzę teoretyczną do rozwiązywania praktycznych problemów z zakresu marketingu internetowego | | MI\_U09 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_K01 | dalszego rozwoju zawodowego i refleksji nad zdobytym doświadczeniem | | K\_K01 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_K02 | Wykorzystywania swoich umiejętności dla dobra firmy / organizacji, dla której pracuje | | K\_K02 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_K03 | wykazania inicjatywy, samodzielności i gotowości do uczenia się w trakcie praktyki zawodowej i po jej zakończeniu | | K\_K03 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_K04 | odpowiedzialności zawodowej i rzetelności w wykonywaniu powierzonych zadań | | K\_K04 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| D3.1\_K05 | przestrzegania zasad etyki zawodowej szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów | | K\_K04 | Praktyka | Karta weryfikacji efektów, dziennik praktyk, opinia pracodawcy |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **33** | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Praktyka zawodowa – cz. 1  Praktyka zawodowa – cz. 2  Praktyka zawodowa – cz. 3  Praktyka zawodowa – cz. 4  **w sumie:**  ECTS | | | 200  400  200  160  **960**  **33,0** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | |  | | | - |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Praktyka zawodowa – cz. 1  Praktyka zawodowa – cz. 2  Praktyka zawodowa – cz. 3  Praktyka zawodowa – cz. 4  **w sumie:**  ECTS | | | 200  400  200  160  **960**  **33,0** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Semestr 3:**  Temat: Podstawy tworzenia treści oraz wprowadzenie do optymalizacji SEO.   1. Rozwinięcie umiejętności tworzenia podstawowych treści cyfrowych (artykuły, wpisy blogowe, posty w mediach społecznościowych). 2. Poznanie kluczowych zasad optymalizacji treści pod kątem wyszukiwarek (podstawy SEO on-page). 3. Wprowadzenie do podstaw analityki internetowej (analiza podstawowych wskaźników ruchu i zaangażowania).   **Semestr 4:**  Temat: Tworzenie prostej strategii marketingowej i integracja kanałów komunikacji.   1. Poznanie podstawowych zasad opracowywania prostej strategii marketingowej w środowisku cyfrowym. 2. Integracja działań w obszarze treści, mediów społecznościowych i e-mail marketingu w spójną mini-strategię komunikacyjną. 3. Umiejętność analizowania efektywności i wprowadzania podstawowych udoskonaleń w oparciu o dane.   **Semestr 5: Grupa przedmiotów do wyboru: w zakresie: Twórca treści internetowych (Content Creator)** Temat: Eksperymentalne i interaktywne formy treści.   * Rozwój umiejętności tworzenia interaktywnych i eksperymentalnych form treści. * Poznanie i zastosowanie nowych technologii (np. AI) w procesie tworzenia materiałów. * Doskonalenie umiejętności narracyjnych w nowych mediach.   **Semestr 5: Grupa przedmiotów do wyboru: w zakresie: w zakresie: Promowanie witryn internetowych (Specjalista SEM)** Temat: Techniki i narzędzia SEM.   * Praktyczne zastosowanie technik SEM (PPC, SEO) w kampaniach. * Poznanie zaawansowanych strategii targetowania i segmentacji odbiorców. * Wykorzystanie danych do optymalizacji i automatyzacji kampanii SEM.   **Semestr 6: Grupa przedmiotów do wyboru: w zakresie: Twórca treści internetowych (Content Creator)**  Temat: Zaawansowane strategie zarządzania treścią.   * Rozwój umiejętności strategicznego planowania treści oraz zarządzania kalendarzem publikacji. * Doskonalenie zaawansowanych technik promocji treści i budowania zaangażowania wokół marki. * Rozwój umiejętności w zakresie zarządzania zespołami kreatywnymi i projektami.   **Semestr 6: Grupa przedmiotów do wyboru: w zakresie: w zakresie: Promowanie witryn internetowych (Specjalista SEM)** Temat: Integracja SEM z wielokanałowymi strategiami marketingowymi.   * Rozwój umiejętności łączenia SEM z innymi kanałami marketingu cyfrowego, w celu budowania spójnych strategii wielokanałowych. * Zrozumienie i wykorzystanie marketingu cross-channel oraz modeli atrybucji w kampaniach SEM. * Rozwinięcie zaawansowanych umiejętności analizy konkurencji i sytuacji rynkowej. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Praktyka - obserwacje, ćwiczenie projektowe, komputerowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Realizacja praktyk zgodnie z Regulaminem praktyk oraz Kierunkowym programem praktyk. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Realizacja praktyki jest obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Karta weryfikacji efektów – 60%,  poprawność, rzetelność wypełnienia dziennika praktyk - 10%  Opinia opiekuna praktyk - 30% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Student musi zrealizować praktykę w przewidzianym wymiarze godzin |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu kształcenia podstawowego i kierunkowego i w zakresie |
| **Zalecana literatura:** | Dobierana według potrzeb praktyki |

# E. Grupa przedmiotów humanistycznych



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Kultura i tradycje regionu E1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Culture and Traditions of the Region |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Ukazanie fenomenu i tradycji w kulturze Podkarpacia. Europejska koncepcja małych ojczyzn – miejsce Podkarpacia jako kultury polsko-słowacko-łemkowskiego pogranicza. Obrzędowość regionu. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** | |
| E1\_W01 | specyfikę kultury i tradycję regionu, z uwzględnieniem możliwości ich wykorzystania w praktyce zawodowej marketera | | | MI\_W07 | Wykład konwersatoryjny | Kolokwium | |
| E1\_W02 | metody analizy i interpretacji tekstów i wytworów kultury regionu, z możliwością ich wykorzystania w praktyce zawodowej marketera | | | MI\_W07 | Wykład konwersatoryjny | Kolokwium | |
| E1\_U01 | dokonać analizy i interpretacji tekstów i wytworów kultury regionu | | | MI\_U04 | Wykład konwersatoryjny | Kolokwium | |
| E1\_K01 | wykorzystywania swoich umiejętności dla dobra wspólnego przez dbanie o dziedzictwo kulturowe w jego różnorodności | | | MI\_K02 | Wykład konwersatoryjny | Dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **1** | | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykłady  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | przygotowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  **10**  **0,4** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | **-** | | | | **-** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1-2. Problemy etnicznej i regionalnej tożsamości. Językowe, kulturowe i materialne wykładniki wieloetnicznej lokalności. Fenomen miejsca (*genius loci*) i tradycji w kulturze Podkarpacia. Europejska koncepcja małych ojczyzn – miejsce Podkarpacia jako kultury polsko-słowacko-łemkowskiego pogranicza. (2 wykłady = 4 godziny)  3. Ludowe i szlacheckie korzenie kultury Krosna i okolic. Folklor, folklor muzyczny, dziecięcy i słowny regionu, jego literatura ludowa. Zajęcia wykładowo-konwersatoryjne w Muzeum Pigonia w Komborni. (2 godziny)  4. Szlacheckie i przemysłowe korzenie kultury Krosna i okolic. Elementy szlacheckiego etosu w kultury dworskiej w obyczajowości i etykiecie Polaków. Kultura szlacheckiego stołu i jej kontynuacje. Aleksander Fredro i jego związki z kulturą regionu (*Zemsta* i Zamek Kamieniec w Odrzykoniu). Zajęcia wykładowo-konwersatoryjne w Muzeum Kultury Szlacheckiej w Kopytowej. (2 godziny)  5. Obrzędowość doroczna regionu Krośnieńskiego i jej kontynuacje. (2 godziny)  6. Cechy i wykładniki współczesnego regionalnego dyskursu kulinarnego. Miejsce Krosna i okolic na kulinarnej mapie Polski. Potrawy regionalne w zbiorowej pamięci mieszkańców regionu. Lista produktów tradycyjnych i regionalnych wg Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi RP. Zajęcia wykładowo-konwersatoryjne w Etnocentrum Ziemi Krośnieńskiej w Krośnie. (2 godziny)  7. Teksty i skrypty lokalnej kultury krośnieńskiej. Analiza tekstowego obrazu świata zawartego w przekazach literackich, folklorystycznych oraz tzw. historii mówionej (*oral history*, np. pierwsze buty, zabawy dzieci, potańcówka, wychowanie w domu). Wybrane regionalizmy w języku mieszkańców Krosna i Okolic (2 godziny).  8. Zajęcia końcowe: „Moje miejsce na ziemi” – studenckie prezentacje swojskości i „tutejszości”. (1 godzina) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład, dyskusja, prezentacja multimedialna |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | kolokwium zaliczeniowe |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Kolokwium |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Arkadiusz Andrejkow, *Cichy memoriał,* Rzeszów 2021. 2. *Folklor Rzeszowiaków – obraz przemian*, red. K. Barańska, J. Dragan, Kolbuszowa 2018. 3. Jerzy Czajkowski, *Budownictwo ludowe Podkarpacia*, Sanok 1977. 4. Andrzej Karczmarzewski, *Ludowe obrzędy doroczne w Polsce południowo- wschodniej*", Rzeszów 2011. 5. *Kolędowanie na Rzeszowszczyźnie*, red. K. Smyk, J. Dragan, Kolbuszowa-Kraków 2019. 6. Kryciński Stanisław, *Łemkowszczyzna po obu stronach Karpat*, Rzeszów 2021. 7. Hubert Ossadnik, *Między Osławą a Jasiołką. Łemkowszczyzna Wschodnia w latach 1918-1939*, Rzeszów 2023. 8. Paluszek Kamil, Giemza Jarosław, Nowak Damian, *Cerkwie w Polsce południowo-wschodniej*, Rzeszów 2021. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Elementy kultury współczesnej E2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Elements of Contemporary Culture |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 1 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Treści uczenia się koncentrują się wokół kluczowych dla kultury XXI wieku pojęć określających tożsamość człowieka ponowoczesnego. Stanowią tym samym wprowadzenie do złożonego systemu kultury uwikłanej w zależności ekonomiczne, globalną politykę, media i tradycyjne zagadnienia socjologii i humanistyki. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | wykład – 30 h | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| E2\_W01 | podstawy z zakresu kultury współczesnej polskiej i zagranicznej, jej przejawy, nurty i najbardziej charakterystyczne cechy, ze szczególnym uwzględnieniem nowych form kultury audiowizualnej i przejawów zachowań społecznych | | K\_W07 | Wykład konwersatoryjny | Zaliczenie pisemne, przygotowanie referatu  Dyskusja, analiza i interpretacja wybranej formy sztuki (filmu, przedstawienia, wystawy, książki) |
| E2\_W02 | zasady oczekiwanych w życiu zawodowym kompetencji społecznych i kulturowo-komunikacyjnych, reguły etykiety, mechanizmy kontaktów | | K\_W07 | Wykład konwersatoryjny | Zaliczenie pisemne, przygotowanie referatu, dyskusja, analiza i interpretacja wybranej formy sztuki (filmu, przedstawienia, wystawy, książki) |
| E2\_W03 | tematy pożądanych społecznie i utrwalonych w polskiej kulturze wzorców zachowań obowiązujących w różnych okolicznościach oficjalnych, zawodowych i towarzyskich, w szczególności w aspekcie komunikacyjnym | | K\_W07 | Wykład konwersatoryjny | Zaliczenie pisemne, przygotowanie referatu, dyskusja, analiza i interpretacja wybranej formy sztuki (filmu, przedstawienia, wystawy, książki) |
| E2\_U01 | analizować i oceniać przejawy współczesnej kultury i rozpoznawać strategie komunikacyjne | | K\_U01 | Wykład konwersatoryjny | Zaliczenie pisemne, przygotowanie referatu, dyskusja, analiza i interpretacja wybranej formy sztuki (filmu, przedstawienia, wystawy, książki) |
| E2\_U02 | zachować się stosownie do obowiązujących w polskim obyczaju towarzyskim i zawodowym reguł; wykorzystywać posiadaną kompetencję kulturowo komunikacyjną w różnych okolicznościach ze szczególnym uwzględnieniem kontaktów służbowych, w tym – z klientem | | K\_U08 | Wykład konwersatoryjny | Zaliczenie pisemne, przygotowanie referatu, dyskusja, analiza i interpretacja wybranej formy sztuki (filmu, przedstawienia, wystawy, książki) |
| E2\_K01 | otwartości i tolerancji wobec różnorodnych postaw, stylów życia i form ekspresji kulturowej | | K\_K02 | Wykład konwersatoryjny | Aktywność i zaangażowanie na zajęciach |
| E2\_K02 | wykazywania troski o odpowiedni poziom stosunków międzyludzkich, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych | | K\_K04 | Wykład konwersatoryjny | Aktywność i zaangażowanie na zajęciach |
| E2\_K03 | wykazywania gotowości szerzenia wzorów dobrego zachowania (kultury osobistej) i poprawności językowej (kultury języka); wykazywania troski o zachowanie dziedzictwa narodowego i odpowiedni poziom kultury osobistej w środowisku własnym i zewnętrznym | | K\_K04 | Wykład konwersatoryjny | Aktywność i zaangażowanie na zajęciach |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | samodzielne zapoznanie się ze wskazanym przez prowadzącego dziełem  praca nad przygotowaniem referatów  przygotowanie do zaliczenia  **W sumie:**  ECTS: | | | 10  5  5  **20**  **0,8** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **-** | | | **-** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykład**  Kultura współczesna i jej przejawy. Kultura awangardowa, popularna i masowa w stosunku do społeczeństwa. 2. Język mediów i reklamy – strategie komunikacyjne, metody perswazji. Wiedza o komunikacji społecznej, manipulacja, propaganda a społeczeństwo informacyjne. Rola mediów i nowych kanałów komunikacyjnych w tworzeniu wspólnot kulturowych. Komunikacja interpersonalna w dobie Internetu (portale społecznościowe, itp.) a kształtowanie się tożsamości ponowoczesnej. Aktualne zjawiska we współczesnej kulturze polskiej i światowej (literatura, film, teatr, muzyka) – ku świadomej aktywności. Kultura osobista i kultura języka. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład, prezentacja i wykorzystaniem materiałów audiowizualnych |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Czynny udział w zajęciach i dyskusji |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta jest obowiązkowa, w czasie zajęć oczekiwana jest aktywna postawa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 50% obecności, 50% aktywność na zajęciach |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | dopuszczalna jest jedna nieobecność, każda kolejna powinna być odrobiona poprzez lekturę wskazanej literatury przedmiotu lub uczestnictwo w wydarzeniu kulturalnym lub innym działaniu istotnym dla społeczeństwa. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Zalecana literatura:** | 1. Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów. red. A. Mencwel, Warszawa 2003. 2. Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze, red. A. Kłoskowska, Wrocław 1991. 3. Nowicka E.: Świat człowieka – świat kultury. Warszawa 2012. 4. Rojek, T.: Polski savoir-vivre. Warszawa 1984. 5. Strinati, D.: Wprowadzenie do kultury popularnej. Poznań 1998. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Argumentation and Critical Thinking E3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Argumentation and Critical Thinking |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Elements of logic: formal logic, claims, assertion, premises and conclusions, presuppositions; definitions, eristic techniques, problem solving. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe - 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| E3\_W01 | w zaawansowanym stopniu podstawowe reguły i terminy logiki, retoryki i erystyki, szczególnie dotyczące wnioskowania i argumentacji, prowadzenia dyskusji | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Test – online |
| E3\_U01 | posługiwać się w praktyce podstawowymi regułami i terminami logiki, retoryki i erystyki, szczególnie dotyczącymi wnioskowania i argumentacji, prowadzenia dyskusji | | MI\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do debaty oxfordzkiej, prezentacja |
| E3\_U02 | tworzyć teksty ustne i pisemne; rozpoznawać błędy oraz unikać ich w rozumowaniu, argumentacji i dowodzeniu | | MI\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do debaty oxfordzkiej, prezentacja |
| E3\_K01 | uwzględniania w swojej komunikacji punktów widzenia innych uczestników komunikacji; pracowania w grupie, przedstawiania swojego poglądu w spójnym pod względem logicznym tekście, zachowując standardy komunikacji interpersonalnej | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Obserwacja pracy na zajęciach, dyskusja |
| E3\_K02 | odpowiedzialnego posługiwania się argumentacją, zachowując szacunek dla partnerów dialogu; krytycznej postawy wobec własnej wiedzy, wypowiedzi i sposobów myślenia | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena debaty oxfordzkiej, prezentacja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do dyskusji  Przygotowanie tekstu do analizy  **w sumie:**  ECTS | | | 10  10  **20**  **0,8** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  Przygotowanie do dyskusji  Przygotowanie tekstu do analizy  **w sumie:**  ECTS | | | 30  10  10  **50**  **2,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Ćwiczenia   1. Workshop on text analysis: judging claims, subjective value and warranty on convention, inferring, discovering hidden premises. Popular types of fallacies: jumping to conclusions, unwarranted assumptions, causal fallacies, linguistic confusion, 2. Rhetorical methods of persuasion: argumentation types (ad naturam, ad fecunditam etc.), Rhetorical definitions, pseudo-logical argumentation. 3. Eristic devices (authority as a shield, manoeuvring someone into someone else’s problems, attributing own guilt to others, etc.) 4. Communication workshop – on productive skills (writing and speaking to get the message through) 5. Oxford style debate 6. Transactional analysis – speak like an adult, focus on facts. 7. Naming problem – solving problems as a procedure – presenting outcomes. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Praca z tekstem, metody aktywizujące, zagadki logiczne, analiza tekstu prasowego, analiza prac studentów |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Każda para zajęć składa się z części prezentującej zagadnienie (wykład) logiczne. Pokazane zostaną przykłady zastosowania logiki w praktyce zawodu dziennikarza, rzecznika prasowego, polityka. W drugiej części studenci będą metodami warsztatowymi przygotowywać teksty wykorzystujące treści kształcenia. Temat zajęć zostanie podsumowany zadaniem na portalu e-student. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa, szczególnie na zajęciach warsztatowych. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocenę bardzo dobrą otrzyma student, który było obecny na wszystkich zajęciach (lub opuścił tylko jedne lub udowodnił znajomość zagadnień omówionych na innych opuszczonych zajęciach, ale nie więcej niż 50% ogółu zajęć) oraz dostarczył w systemie e-student wszystkie wymagane prace (średnia ocen bliska 5.0), brał udział w debacie oksfordzkiej i wykonał prezentację. |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Nieobecności, nawet usprawiedliwione, należy nadrobić. Najlepiej poprzez zapoznanie się z literaturą przedmiotu i wykonanie pracy praktycznej na tych zajęciach wykonywanej. W razie trudności zapraszam na konsultacje. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** |  |
| **Zalecana literatura:** | Literatura:   1. Alec Fisher, *Critical Thinking. An introductio*n, Cambridge 2005. 2. E. Berne, Games people play, any edition 3. John Butterworth and Geoff Thwaites, *Thinking Skills. Critical Thinking and Problem Solving,* Cambridge 2013. 4. Barbara Minto, *The Pyramid Principle*, Financial Times Prent. 2021. 5. Arthur Schopenhauer, *The Art of Being Right* 6. Dana Norris, The Storytelling Code: 10 Simple Rules to Shape and Tell a Brilliant Story   Materiały dostępne w Internecie będą udostępniane w e-studencie. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Global Understanding (kurs telekonferencyjny) E3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Global Understanding |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2025/2026 |
| **Semestr:** | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Rozwijanie umiejętności komunikacji w języku angielskim i współpracy w środowisku międzynarodowym przydatne do wykonywania zawodu w branży marketingowej oraz podnoszące świadomość różnorodności podejść do fundamentalnych dylematów współczesnej cywilizacji. Rozwijanie kompetencji związanych z telekolaboracją i pracą w grupie interdyscyplinarnej, dzięki udziałowi studentów z różnych kierunków studiów.  W trakcie zajęć realizowany jest program Global Understanding organizowany przez konsorcjum Global Partners in Education (ECU).  Zajęcia odbywają się częściowo w formie łączeń telekonferencyjnych. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Ćwiczenia warsztatowe – 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| **Kod efektu przedmiotu** | **Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do:** | | **Powiązanie z KEU** | **Forma zajęć dydaktycznych** | | **Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się** |
| E3\_W01 | fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji | | K\_W07 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena udziału w dyskusji |
| E3\_U01 | przygotować projekt w ramach współpracy ze studentem z uczelni partnerskiej | | K\_U02 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena wykonanego projektu |
| E3\_U02 | stosować techniki efektywnego komunikowania się w kontekście międzykulturowym | | K\_U06 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena komunikacji z partnerami podczas zajęć |
| E3\_U03 | planować i organizować pracę zespołową, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych o charakterze interdyscyplinarnym i międzynarodowym | | K\_U07 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena komunikacji i współpracy z partnerami przy tworzeniu projektu |
| E3\_K01 | uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych ze współpracą w środowisku międzynarodowym | | K\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Ocena udziału w dyskusji i sprawozdań |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do dyskusji  Przygotowanie projektu  Przygotowanie sprawozdań  **w sumie:**  ECTS | | | 5  10  5  **20**  **0,8** | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  Przygotowanie do dyskusji  Przygotowanie projektu  Przygotowanie sprawozdań  **w sumie:**  ECTS | | | 30  5  10  5  **50**  **2,0** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Wprowadzenie do programu Global Understanding (the GU Core) 2. Podstawowe informacje o kulturze i bieżących wydarzeniach w krajach, z których pochodzą partnerzy 3. Opracowanie tematów dyskusji (ustalanych we współpracy z uczelnią partnerską) 4. Praktyczne aspekty komunikacji międzykulturowej 5. Prowadzenie rozmów z partnerami (dobieranymi przez organizację GPE) podczas łączeń telekonferencyjnych 6. Opracowanie projektu w parze ze studentem z uczelni partnerskiej (telekolaboracja) na podstawie UN Sustainable Development Goals – w ramach komunikacji poza zajęciami – nawiązanie do rozważań na temat dylematów i problemów współczesnej cywilizacji |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Analizowanie zagadnień w kontekście, burza mózgów, dyskusja, objaśnienie, uczenie pytaniami, praca w grupach, praca w parach, projekt, przygotowanie sprawozdania |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | 1. Obecność na min. 80% spotkań z partnerami. 2. Regularna komunikacja z partnerami i niezwłoczne zgłaszanie problemów. 3. Realizacja projektów zgodnie z planem. 4. Terminowe uzupełnianie sprawozdań. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa.  Student udostępnia adres e-mail i Zoom do celów realizacji programu Global Understanding.  W trakcie wideokonferencji twarz studenta ma być widoczna. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność i aktywny udział w dyskusji: 60%  Projekty: 30%  Sprawozdania: 10% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Nieobecności powinny być w miarę możliwości zgłaszane przed zajęciami.  Student musi przygotować się do następnego spotkania po nieobecności przez sprawdzenie materiałów na platformie e-learningowej i/lub kontakt z prowadzącym.  W przypadku dłuższej usprawiedliwionej nieobecności / niewykonania projektu student może otrzymać dodatkowe zadania do wykonania (projekt / prezentacja). |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Erin Meyer, *The Culture Map*, 2016 (kopia wykładowcy, w depozycie w bibliotece) 2. Geert Hofstede, *Cultures and Organisations*. *Software of the Mind.* 2010 |

# Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS

*Załącznik nr 5 do Zarządzenia nr 50/25*

*Rektora Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Krośnie z dnia 10 czerwca 2025 roku*

|  |  |
| --- | --- |
| **MARKETING INTERNETOWY 2025/2026**  **Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS, jaką student uzyska w ramach:** | |
| zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia (na studiach stacjonarnych co najmniej 50 % punktów ECTS): | 2665 godzin / 102 ECTS (56,9%) |
| samokształcenia: | 1800 godzin / 78 ECTS (43,1%) |
| zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie: | 3840 godzin / 148 ECTS (82,0%) |
| zajęć podlegających wyborowi przez studenta (w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie): | 68 ECTS (37,8%) |
| zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne: | 75 godzin / 5 ECTS |
| lektoratu języka obcego: | 120 godzin / 8 ECTS |
| praktyk zawodowych: | 960 godzin / 33 ECTS |