

Uchwały Nr 5 Senatu Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku z dnia 3 marca 2023 r. w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku Marketing cyfrowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym w formie stacjonarnej i niestacjonarnej, prowadzonego przez Wydział Nauk Ekonomicznych we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku, obowiązującego od roku akademickiego 2023/2024

pieczęćka uczelni

Wschodnioeuropejska Akademia Nauk Stosowanych w Białymstoku
Punkty ECTS do Harmonogramu realizacji programu studiów na kierunku

Wydział Nauk Ekonomicznych

kierunek studiów: **MARKETING CYFROWY**

dyscyplina/y: nauki o zarządzaniu i jakości, nauki o komunikacji społecznej i mediach

profil kształcenia praktyczny

poziom kształcenia: pierwszego stopnia

forma studiów: niestacjonarna

Harmonogram realizacji programu studiów obowiązuje od roku akademickiego 2023/2024

L.p.	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Liczba pkt ECTS	Liczba godzin	Rozkład punktów ECTS											
				I ROK				II ROK				III ROK			
				I		II		III		IV		V		VI	
				liczba punktów ECTS	liczba godzin	liczba punktów ECTS	liczba godzin	liczba punktów ECTS	liczba godzin	liczba punktów ECTS	liczba godzin	liczba punktów ECTS	liczba godzin	liczba punktów ECTS	liczba godzin
	Liczba punktów ECTS :	180		31		29		28		32		30		30	
	liczba godzin bez praktyk:		924		180		174		126		142		150		152
	Liczba godzin :		1644		180		174		366		382		390		152
GRUPA ZAJĘĆ Z OBSZARÓW NAUK HUMANISTYCZNYCH LUB SPOŁECZNYCH ORAZ JĘZYKA OBCEGO															
1.	Język obcy	8	64	2	16	2	16	2	16	2	16				
2.	Język obcy specjalistyczny	2	16									2	16		
3.	Practical English Course lub Prakticheskiy Kurs Russkogo Yazyka*	2	16											2	16
4.	Etyka biznesu	2	8			2	8								
5.	Psychologia społeczna	3	16	3	16										
	Razem:	17	120	5	32	4	24	2	16	2	16	2	16	2	16
GRUPA ZAJĘĆ PODSTAWOWYCH															
1.	Wprowadzenie do ekonomii	5	32	5	32										
2.	Laboratorium marketingowe I	5	32			5	32								
3.	Ochrona własności intelektualnej	2	8			2	8								
4.	Technologia informacyjna	4	24	4	24										
5.	Statystyka i elementy prognozowania	3	24							3	24				
6.	Marketing	5	32			5	32								
7.	Prawo	5	32			5	32								
8.	Systemy informacji i komunikacji personalnej	4	24	4	24										
9.	Globalizacja i integracja europejska	5	32					5	32						
10.	Laboratorium marketingowe II	5	32					5	32						
11.	Podstawy zarządzania	5	32	5	32										
12.	Planowanie kariery	2	8	2	8										
	Razem:	50	312	20	120	17	104	10	64	3	24	0	0	0	0
GRUPA ZAJĘĆ KIERUNKOWYCH															
1.	Nowoczesne technologie w marketingu	4	32							4	32				
2.	Marketing bezpośredni	4	32									4	32		
3.	Plan marketingowy	4	32											4	32
4.	Prawo reklamy i promocji	4	32									4	32		
5.	Badania marketingowe	4	24											4	24
6.	Komunikacja marketingowa	3	16							3	16				
7.	Zarządzanie projektami w marketingu	3	16							3	16				
8.	Neuromarketing	3	24									3	24		
9.	Wprowadzenie do marketingu cyfrowego	2	16			2	16								
10.	Przedsiębiorczość	2	16					2	16						
	Razem:	33	240	0	0	2	16	2	16	10	64	11	88	8	56
GRUPA ZAJĘĆ DO WYBORU OGRANICZONEGO															
1.	Funkcjonowanie i rozwój organizacji lub Akademia kompetencji przyszłości (wykłady prowadzone przez praktyków)	8	56	2	14	2	14	2	14	2	14				
2.	Funkcjonowanie i rozwój organizacji lub Akademia kompetencji przyszłości (wykłady prowadzone przez praktyków) lub Organizational Behavior**	2	14									2	14		
3.	Autoprezentacja i kształtowanie wizerunku lub Komunikacja interpersonalna	4	14	4	14										
4.	Seminarium dyplomowe	10	40							3	8	3	16	4	16
	Razem:	24	124	6	28	2	14	2	14	5	22	5	30	4	16

GRUPA ZAJĘĆ DO WYBORU SWOBODNEGO (4 przedmioty za 16 ECTS) ***															
1a	Negocjacje lub	4	16			4	16								
1b	Social media lub	4	16			4	16								
1c	Excel dla zaawansowanych	4	16			4	16								
2a	Coaching lub	4	16					4	16						
2b	Zarządzanie zespołem lub	4	16					4	16						
2c	Zachowania konsumenckie	4	16					4	16						
3a	Systemy informatyczne w marketingu lub	4	16										4	16	
3b	E-commerce lub	4	16										4	16	
3c	Strategie kampanii marketingowych	4	16										4	16	
4a	Modele biznesowe lub	4	16										4	16	
4b	Zarządzanie sprzedażą lub	4	16										4	16	
4c	Zachowania organizacyjne	4	16										4	16	
	Grupy zajęć do wyboru	56	252	6	28	6	30	6	30	9	38	9	46	20	80
A	Grupa zajęć "E-marketing"	16	64	0	0	0	0	0	0	4	16	4	16	8	32
1	Skuteczna reklama w mediach cyfrowych	4	16							4	16				
2	Podstawy copywritingu	4	16									4	16		
3	Platformy aukcyjne i strony internetowe	4	16											4	16
4	Komunikacja z e-klientem	4	16											4	16
B	Grupa zajęć "Komunikacja wizualna i multimedia"	16	64	0	0	0	0	0	0	4	16	4	16	8	32
1	Budowanie stron www	4	16							4	16				
2	Grafika cyfrowa	4	16									4	16		
3	Video w marketingu	4	16											4	16
4	Cyberbezpieczeństwo w marketingu cyfrowym	4	16											4	16
C	Grupa zajęć "Social media menedżer"	16	64	0	0	0	0	0	0	4	16	4	16	8	32
1	Zarządzanie kryzysem w social mediach	4	16							4	16				
2	You tube jako narzędzie komunikacji	4	16									4	16		
3	Video w marketingu	4	16											4	16
4	Blogosfera i influencer marketing	4	16											4	16
	Razem:	56	252	6	28	6	30	6	30	9	38	9	46	20	80
PRAKTYKA ZAWODOWA															
1.	Praktyki zawodowe		720						240		240		240		
	Razem:	24	24					8		8		8			

* w zależności od języka obcego wybranego przez studenta

** przedmiot prowadzony w języku angielskim

***grupa zajęć do swobodnego wyboru może zostać poszerzona o przedmioty ogólnouczelniane lub z innego kierunku proponowane w danym semestrze

Liczba punktów ECTS wynosi:

dla semestru od 25 do 35

do zaliczenia roku studiów wynosi od 55 do 65

podpis

* niepotrzebne skreślić