

6.	Marketing	5	II			II	60	30	30						30	30								
7.	Prawo	5	II			II	60	30	30						30	30								
8.	Systemy informacji i komunikacji personalnej	4	I			I	45	15	30				15	30										
9.	Globalizacja i integracja europejska	5	III			III	60	30	30							30	30							
10.	Laboratorium marketingowe II	5				III	60				60						60							
11.	Podstawy zarządzania	5	I			I	60	30	30				30	30										
12.	Planowanie kariery	2				I	15			15				15										
13.	Wychowanie fizyczne	0				I,II	60				60			30	30									
Razem:		50					645	210	210	15	210	0	0	90	135	75	180	45	120	0	0	0	0	0

GRUPA ZAJĘĆ KIERUNKOWYCH

1.	Nowoczesne technologie w marketingu	4	IV			IV	60	30	30								30	30							
2.	Marketing bezpośredni	4	VI			VI	60	30	30													30	30		
3.	Plan marketingowy	4				VI	60		30	30													60		
4.	Prawo reklamy i promocji	4	V			V	60	30	30										30	30					
5.	Badania marketingowe	4	V			V	45	15	30											15	30				
6.	Komunikacja marketingowa	3				IV	30			30								30							
7.	Zarządzanie projektami w marketingu	3	IV			IV	30	15		15							15	15							
8.	Neuromarketing	3				V	45		30	15												45			
9.	Wprowadzenie do marketingu cyfrowego	2				II	20			20						20									
10.	Przedsiębiorczość (e-learning)	2	III			III	20	10	10								10	10							
Razem:		33					430	130	190	110	0	0	0	0	0	0	20	10	10	45	75	45	105	30	90

GRUPA ZAJĘĆ DO WYBORU OGRANICZONEGO

1.	Funkcjonowanie i rozwój organizacji lub Akademia kompetencji przyszłości (wykłady prowadzone przez praktyków)	8				I, II, III, IV	56			56				14	14		14	14							
2.	Funkcjonowanie i rozwój organizacji lub Akademia kompetencji przyszłości (wykłady prowadzone przez praktyków) lub Organizational Behavior**	2				V	14			14												14			
3.	Autoprezentacja i kształtowanie wizerunku lub Komunikacja interpersonalna	4				I	30			30				30											
4.	Seminarium dyplomowe	10				IV, V, VI	90					90							30		30		30		
Razem:		24					190	0	0	100	0	0	90	0	44	0	14	0	14	0	44	0	44	0	30

