

do Uchwały Nr 6 Senatu Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych W Białymstoku z dnia 21 czerwca 2024 r. w sprawie określenia programu studiów dla kierunku marketing cyfrowy na studiach pierwszego stopnia o profil praktycznym we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku, począwszy od cyklu kształcenia rozpoczynającego się od roku akademickiego 2024/2025 i latach następnych

pieczętka wydziału

Wschodnioeuropejska Akademia Nauk Stosowanych w Białymstoku

Harmonogram 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: **stacjonarna**

Harmonogram realizacji programu studiów obowiązuje od roku akademickiego **2024/2025**

Lp.	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia wykładu (w)			Forma zaliczenia ćw., konw.,lab.,proj., sem.,(i)			Razem godzin	Godziny zajęć						Rozkład godzin zajęć dydaktycznych											
																I ROK				II ROK				III ROK			
			w	inne						I		II		III		IV		V		VI							
				ćw.	kon.	lab.,proj	prakt yka	sem.		15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15						
				Liczba godzin zajęć dydaktycznych: w tygodniu (sem.letni i sem.zimowy po 15 tygodni)/ w semestrze*																							
				w	i	w	i	w		i	w	i	w	i	w	i	w	i	w	i							
OGÓŁEM:		180							2445	370	1390	385	210	720	270	120	195	75	294	40	414	60	449	60	449	15	260
GRUPA ZAJĘĆ Z OBSZARÓW NAUK HUMANISTYCZNYCH LUB SPOŁECZNYCH ORAZ JĘZYKA OBCEGO																											
1.	Język obcy	8				IV	I, II, III, IV		120		120						30		30		30		30				
2.	Język obcy specjalistyczny	2					V		30		30													30			
3.	Practical English Course lub Prakticheskij Kurs Russkogo Jazyka*	2					VI		20			20														20	
4.	Etyka biznesu	2					II		20			20						20									
5.	Psychologia społeczna	3		I					30	30						30											
Razem:		17							220	30	150	40	0	0	0	30	30	0	50	0	30	0	30	0	30	0	20
GRUPA ZAJĘĆ PODSTAWOWYCH																											
1.	Wprowadzenie do ekonomii	5	I				I		60	30	30					30	30										
2.	Laboratorium marketingowe I	5					II		60			60						60									
3.	Ochrona własności intelektualnej	2		II					15	15								15									
4.	Technologia informacyjna	4	I				I		45	15		30				15	30										
5.	Statystyka i elementy prognozowania	3	IV				IV		45	15	30										15	30					
6.	Marketing	5	II				II		60	30	30						30	30									
7.	Prawo	5	II				II		60	30	30						30	30									

1c	Empatia ekologiczna	4					II		30			30						30									
2a	Coaching lub	4					III		30			30							30								
2b	Zarządzanie zespołem lub	4					III		30			30							30								
2c	Zachowania konsumenckie	4					III		30			30							30								
3a	Systemy informatyczne w marketingu lub	4					VI		30			30														30	
3b	E-commerce lub	4					VI		30			30														30	
3c	Strategie kampanii marketingowych	4					VI		30			30														30	
4a	Modele biznesowe lub	4					VI		30			30														30	
4b	Zarządzanie sprzedażą lub	4					VI		30			30														30	
4c	Zachowania organizacyjne	4					VI		30			30														30	
	Grupy zajęć do wyboru	40	0	0	0	0	0	0	430	0	120	220	0	0	90	0	dr	0	74	0	44	0	74	0	74	0	150
A	Grupa zajęć "E-marketing"	16	0	0	0	0	0	0	120	0	120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	30	0	60	
1	Skuteczna reklama w mediach cyfrowych	4					IV		30		30										30						
2	Podstawy copywritingu	4					V		30		30													30			
3	Platformy aukcyjne i strony internetowe	4					VI		30		30															30	
4	Komunikacja z e-klientem	4					VI		30		30															30	
B	Grupa zajęć "Komunikacja wizualna i multimedia"	16	0	0	0	0	0	0	120	0	120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	30	0	60	
1	Budowanie stron www	4					IV		30		30										30						
2	Grafika cyfrowa	4					V		30		30													30			
3	Video w marketingu	4					VI		30		30															30	
4	Cyberbezpieczeństwo w marketingu cyfrowym	4					VI		30		30															30	
C	Grupa zajęć "Social media menedżer"	16	0	0	0	0	0	0	120	0	120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	30	0	60	
1	Zarządzanie kryzysem w social mediach	4					IV		30		30										30						
2	You tube jako narzędzie komunikacji	4					V		30		30													30			
3	Video w marketingu	4					VI		30		30															30	
4	Blogosfera i influencer marketing	4					VI		30		30															30	
Razem:		40							430	0	840	220	0	0	270	0	0	0	74	0	44	0	74	0	74	0	150
PRAKTYKA ZAWODOWA																											

1.	Praktyki zawodowe	24					III, IV, V		720					720						240		240		240		
Razem:		24							720	0	0	0	0	720	0	0	0	0	0	240	0	240	0	240	0	0
Liczba egzaminów w semestrze:																4	2	2	4	2	1					

* w zależności od języka obcego wybranego przez studenta

** przedmiot prowadzony w języku angielskim

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

"w" - wykłady

"i" - inne

"cw." - ćwiczenia

"kon" - konwersatorium

"lab. proj." - laboratorium projektowe

"sem." - seminarium dyplomowe/ magisterskie

Szkolenie bhp w wymiarze 4 godz. na początku I semestru

Szkolenie biblioteczne na początku I semestru

Łączna liczba punktów ECTS uzyskanych:

- na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów: 90,20 pkt ECTS
- za zajęcia z obszarów nauk humanistycznych lub społecznych: 17 pkt ECTS
- za zajęcia z języka obcego: 12 pkt ECTS
- w ramach zajęć podstawowych dla kierunku studiów: 50 pkt ECTS
- w ramach zajęć kierunkowych dla kierunku studiów: 33 pkt ECTS
- w ramach zajęć do wyboru dla kierunku studiów: 56 pkt ECTS, w tym w ramach seminarium 10 pkt ECTS
- w ramach praktyki: 24 pkt ECTS
- w ramach modułów zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym 122 pkt ECTS

Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej dyscypliny (dotyczy kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny) :

dyscyplina nauki o zarządzaniu i jakości -153 (85% ogólnej liczby punktów ECTS)

nauki o komunikacji społecznej i mediach - 27 (15% ogólnej liczby punktów ECTS)

* niepotrzebne skreślić

Dziekan Wydziału

Rektor