

PLAN STUDIÓW

STUDIA PODYPLOMOWE DIGITAL MARKETING

Lp.	Nazwa przedmiotu	Wykład (liczba godzin)	Ćwiczenia/ Seminaria (liczba godzin)	Laboratorium/ Pracownia (liczba godzin)	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
1	2	3	4	5	6	7
Semestr I						
1.	Wstęp do digital marketingu		6		Z (Projekt)	1
2.	Zarządzanie produktem w środowisku internetowym		12		Z (Projekt)	2
3.	Podejście biznesowe w digital marketingu		10		Z (Projekt)	1
4.	Strategia marki w świecie digital		15		Z (Projekt)	2
5.	Prawo internetowe	15			Z (Projekt)	3
6.	Podstawy SEO i analityki internetowej			15	Z (Projekt)	2
7.	Neuromarketing i badania ilościowe w projektach digital			6	Z (Projekt)	1
8.	Analiza i optymalizacja skuteczności reklamy			10	Z (Projekt)	1
9.	Segmentacja rynku i analiza konkurencji online			15	Z (Projekt)	3
Razem semestr I		15	43	46		16
Semestr II						
1.	E-commerce			10	Z (Projekt)	1
2.	Reklama internetowa (display, search, native, online video)			15	Z (Projekt)	2
3.	Internetowy PR			10	Z (Projekt)	1
4.	Precyzja i sztuczna inteligencja w digital marketingu			15	Z (Projekt)	3
5.	Marketing aplikacji mobilnych			12	Z (Projekt)	2
6.	Podstawy pracy copywritera		16		Z (Projekt)	1
7.	Warsztat komunikacji wizualnej	10			Z (Projekt)	2
8.	Podstawy projektowania w digital marketingu			15	Z (Projekt)	2
Razem semestr II		10	16	77		14
Razem		25	59	123		30