

Przykładowy plan studiów, rozpoczęty w 2023-24

Marketing i komunikacja rynkowa
Specjalność: Zarządzanie produktem

II stopnia, stacjonarne



Semestr 1			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Ekonomia i badania operacyjne	kierunkowe lub ogólne	30	5
Ekonomia	kierunkowe lub ogólne	30	6
Filozofia	kierunkowe lub ogólne	20	5
Język obcy	kierunkowe lub ogólne	30	2
Statystyka matematyczna	kierunkowe lub ogólne	30	6
Współczesne koncepcje zarządzania	kierunkowe lub ogólne	30	6
		170	30

Semestr 2			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Analiza zachowań konsumenta	kierunkowe lub ogólne	15	2
Język obcy	kierunkowe lub ogólne	30	3
Komunikacja marketingowa	kierunkowe lub ogólne	45	5
Marketing międzynarodowy	kierunkowe lub ogólne	45	6
Modelowanie marketingowe	kierunkowe lub ogólne	30	4
Prawna ochrona rynku i konsumenta	kierunkowe lub ogólne	30	5
Współczesne koncepcje marketingu	kierunkowe lub ogólne	45	5
		240	30

Semestr 3			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Strategie produktu	specjalnościowe	45	6
Marketing społeczny	kierunkowe lub ogólne	30	5
Zarządzanie marką	specjalnościowe	45	6
Seminarium	seminarium	30	7
Wykłady do wyboru - semestr III	do wyboru	30	6
		180	30

Semestr 4			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Audyt marketingowy	kierunkowe lub ogólne	45	5
Zarządzanie jakością produktu	specjalnościowe	45	5
Instytucje rynkowe	kierunkowe lub ogólne	45	5
Design	specjalnościowe	30	4
Seminarium	seminarium	30	8
Wykłady do wyboru - semestr IV	do wyboru	15	3
		210	30

Suma dla kierunku 800 120

Przykładowy plan studiów, rozpoczęty w 2023-24

Marketing i komunikacja rynkowa
Specjalność: Zarządzanie produktemII stopnia,
niestacjonarne

Semestr 1			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Ekonomia i badania operacyjne	kierunkowe lub ogólne	18	5
Ekonomia	kierunkowe lub ogólne	18	6
Filozofia	kierunkowe lub ogólne	12	5
Język obcy	kierunkowe lub ogólne	18	2
Statystyka matematyczna	kierunkowe lub ogólne	18	6
Współczesne koncepcje zarządzania	kierunkowe lub ogólne	18	6
		102	30

Semestr 2			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Analiza zachowań konsumenta	kierunkowe lub ogólne	9	2
Język obcy	kierunkowe lub ogólne	18	3
Komunikacja marketingowa	kierunkowe lub ogólne	27	5
Marketing międzynarodowy	kierunkowe lub ogólne	27	6
Modelowanie marketingowe	kierunkowe lub ogólne	18	4
Prawna ochrona rynku i konsumenta	kierunkowe lub ogólne	18	5
Współczesne koncepcje marketingu	kierunkowe lub ogólne	27	5
		144	30

Semestr 3			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Strategie produktu	specjalnościowe	27	6
Marketing społeczny	kierunkowe lub ogólne	18	5
Zarządzanie marką	specjalnościowe	27	6
Seminarium	seminarium	18	7
Wykłady do wyboru - semestr III	do wyboru	18	6
		108	30

Semestr 4			
Przedmiot	Kategoria	Liczba godzin	Punkty ECTS
Audyt marketingowy	kierunkowe lub ogólne	27	5
Zarządzanie jakością produktu	specjalnościowe	27	5
Instytucje rynkowe	kierunkowe lub ogólne	27	5
Design	specjalnościowe	18	4
Seminarium	seminarium	18	8
Wykłady do wyboru - semestr IV	do wyboru	9	3
		126	30

Suma dla kierunku 480 120