

PLAN STUDIÓW

Wydział:

Kierunek studiów:

Profil studiów:

Stopień studiów:

Forma studiów:

Liczba specjalności:

Od roku:

Wydział Zarządzania UŁ

Marketing

Praktyczny

Studia I stopnia

Stacjonarne

-

2026

rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu													Forma zaliczenia	ECTS
			KOD	Liczba godzin						Warsztaty	Seminarium licencjackie	Praktyki studenckie - profil praktyczny	Lektorat	Wychowanie fizyczne	Razem		
				Wykład typ 1	Wykład typ 2	Wykład typ 3	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia informatyczne									
			WT1	WT2	WT3	C	LI	WR	SL	PP	L	WF					
I	1	Ekonomia			50									50	Egzamin	6	
	1	Podstawy działalności biznesowej			30		20							50	Zaliczenie	6	
	1	Podstawy zarządzania			25		25							50	Egzamin	6	
	1	Rozwój umiejętności profesjonalnych					25							25	Zaliczenie	3	
	1	Statystyka w zarządzaniu			25		25							50	Egzamin	6	
	1	Wprowadzenie do rachunkowości			10		15							25	Egzamin	3	
	1	Wychowanie fizyczne											30	30	Zaliczenie	-	
			razem po 1. semestrze:											godzin: 280	p. ECTS: 30		
I	2	Język obcy w biznesie										60		60	Zaliczenie	3	
	2	Narzędzia informatyczne w zarządzaniu						25						25	Zaliczenie	4	
	2	Podstawy marketingu			15		10							25	Egzamin	3	
	2	Podstawy zarządzania procesami operacyjnymi			15		10							25	Zaliczenie	3	
	2	Prawo cywilne i handlowe			50									50	Egzamin	6	

	2	Spoleczne aspekty zarzadzania			25								25	Zaliczenie	3
	2	Wprowadzenie do finansów			10		15						25	Egzamin	3
	2	Wychowanie fizyczne									30		30	Zaliczenie	-
	2	Przedmiot humanistyczny*				30							30	Zaliczenie	5
	razem po 2. semestrze:												godzin: 295	p. ECTS: 30	
II	3	Język obcy w biznesie								60		60	Egzamin	4	
	3	Marketing		20			20					40	Egzamin	4	
	3	Metodyka badań marketingowych		25			25					50	Egzamin	5	
	3	Negocjacje i zarządzanie konfliktem					25					25	Zaliczenie	3	
	3	TechMar-technologie cyfrowe w marketingu			15		10					25	Zaliczenie	3	
	3	Zachowania konsumentów			20				10			30	Egzamin	4	
	3	Zarządzanie marketingiem w praktyce							25			25	Zaliczenie	4	
	razem po 3. semestrze:												godzin: 255	p. ECTS: 27	
II	4	Praktyki								960		960	Zaliczenie	32	
	4	Seminarium licencjackie							6			6	Zaliczenie	1	
	razem po 4. semestrze:												godzin: 966	p. ECTS: 33	
	5	Digital marketing		20					15			35	Egzamin	4	
	5	Eksploracja danych marketingowych					25					25	Zaliczenie	3	
	5	Group Field Project					25					25	Zaliczenie	3	

III	5	Marketing międzynarodowy		20				15					35	Egzamin	4
	5	Seminarium licencjackie							30				30	Zaliczenie	6
	5	Przedmiot do wyboru kierunkowy I		25		25							50	Zaliczenie	6
	5	Przedmiot do wyboru zewnętrzny [^]		25									25	Zaliczenie	3
	razem po 5. semestrze:												godzin:	225	p. ECTS:
III	6	AI w reklamie		15		15							30	Zaliczenie	3
	6	eCommerce		14		24							38	Zaliczenie	4
	6	Komunikacja marketingowa w biznesie				25							25	Zaliczenie	3
	6	Seminarium licencjackie							30				30	Egzamin	8
	6	Wielowymiarowe analizy danych					25						25	Zaliczenie	4
	6	Przedmiot do wyboru kierunkowy II		25		25							50	Zaliczenie	6
	6	Wykład do wyboru oryginalny [^]		25									25	Zaliczenie	3
	razem po 6. semestrze:												godzin:	223	p. ECTS:
												godzin:	2244	p. ECTS:	180

Przedmiot do wyboru (kierunkowy)

III	5/6	Budowanie relacji z klientami		25		25							50	Zaliczenie	6
	5/6	Customer Experience		25		25							50	Zaliczenie	6
	5/6	Influencer marketing i nowe media		25		25							50	Zaliczenie	6

Studenta obowiązuje dodatkowo szkolenie BHP i ppoz. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning)

Przedmioty, z których nie można wziąć warunku.

Stacjonarna/zdalna forma prowadzenia zajęć

Stacjonarna/zdalna forma prowadzenia zajęć

* nazwa przedmiotu oraz szczegółowe treści kształcenia będą dostępne na dwa tygodnie przed rozpoczęciem roku akademickiego.

[^] wykaz przedmiotów podawany jest do wiadomości studentom przez dziekana minimum semestr przed realizacją przedmiotu.