

## PLAN STUDIÓW

Wydział:

Kierunek studiów:

Profil studiów:

Stopień studiów:

Forma studiów:

Liczba specjalności:

Od roku:

Wydział Zarządzania UŁ

**Marketing**

**Praktyczny**

**Studia I stopnia**

**Niestacjonarne**

-

**2026**

rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu											Forma zaliczenia	ECTS	
			KOD	Liczba godzin												Razem
				Wykład typ 1	Wykład typ 2	Wykład typ 3	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia informatyczne	Warsztaty	Seminarium licencjackie	Praktyki studenckie - profil praktyczny	Lektorat	Wychowanie fizyczne			
WT1	WT2	WT3	C	LI	WR	SL	PP	L	WF							
	1	Ekonomia		30										30	Egzamin	6
	1	Podstawy działalności biznesowej		18		12								30	Zaliczenie	6
	1	Podstawy zarządzania		25		25								50	Egzamin	6
	1	Rozwój umiejętności profesjonalnych				15								15	Zaliczenie	3
	1	Statystyka w zarządzaniu		15		15								30	Egzamin	6
	1	Wprowadzenie do rachunkowości		6		9								15	Egzamin	3
		<b>razem po 1. semestrze:</b>											<b>godzin:</b>	<b>170</b>	<b>p. ECTS:</b>	<b>30</b>
	2	Język obcy w biznesie										36		36	Zaliczenie	3
	2	Narzędzia informatyczne w zarządzaniu						15						15	Zaliczenie	4
	2	Podstawy marketingu		9		6								15	Egzamin	3
	2	Podstawy zarządzania procesami operacyjnymi		9		6								15	Zaliczenie	3
	2	Prawo cywilne i handlowe		30										30	Egzamin	6
	2	Spoleczne aspekty zarządzania		15										15	Zaliczenie	3


	2	Wprowadzenie do finansów		6	9							15	Egzamin	3
	2	Przedmiot humanistyczny*			18							18	Zaliczenie	5
	<b>razem po 2. semestrze:</b>										<b>godzin:</b>	<b>159</b>	<b>p. ECTS:</b>	<b>30</b>
II	3	Język obcy w biznesie							36			36	Egzamin	4
	3	Marketing	20		20							40	Egzamin	4
	3	Metodyka badań marketingowych	25		25							50	Egzamin	5
	3	Negocjacje i zarządzanie konfliktem			15							15	Zaliczenie	3
	3	TechMar-technologie cyfrowe w marketingu		9	6							15	Zaliczenie	3
	3	Zachowania konsumentów		12			6					18	Egzamin	4
	3	Zarządzanie marketingiem w praktyce					15					15	Zaliczenie	4
		<b>razem po 3. semestrze:</b>										<b>godzin:</b>	<b>189</b>	<b>p. ECTS:</b>
II	4	Praktyki							960			960	Zaliczenie	32
	4	Seminarium licencjackie						4				4	Zaliczenie	1
	<b>razem po 4. semestrze:</b>											<b>godzin:</b>	<b>964</b>	<b>p. ECTS:</b>
III	5	Digital marketing	12				9					21	Egzamin	4
	5	Eksploracja danych marketingowych			15							15	Zaliczenie	3
	5	Group Field Project			15							15	Zaliczenie	3
	5	Marketing międzynarodowy	12				9					21	Egzamin	4
	5	Seminarium licencjackie						18				18	Zaliczenie	6
	5	Przedmiot do wyboru kierunkowy I		15	15							30	Zaliczenie	6
	5	Przedmiot do wyboru zewnętrzny^		15								15	Zaliczenie	3
		<b>razem po 5. semestrze:</b>										<b>godzin:</b>	<b>135</b>	<b>p. ECTS:</b>


III	6	AI w reklamie		9		9							18	Zaliczenie	3
	6	eCommerce		8		14							22	Zaliczenie	4
	6	Komunikacja marketingowa w biznesie				15							15	Zaliczenie	3
	6	Seminarium licencjackie							18				18	Egzamin	8
	6	Wielowymiarowe analizy danych					15						15	Zaliczenie	4
	6	Przedmiot do wyboru kierunkowy II			15		15						30	Zaliczenie	6
	6	Wykład do wyboru oryginalny <sup>^</sup>			15								15	Zaliczenie	3
		<b>razem po 6. semestrze:</b>											godzin: <b>133</b>	p. ECTS: <b>31</b>	
												godzin: <b>1750</b>	p. ECTS: <b>180</b>		


#### Przedmiot do wyboru (kierunkowy)

III	5/6	Budowanie relacji z klientami			15		15						50	Zaliczenie	6
	5/6	Customer Experience			15		15						50	Zaliczenie	6
	5/6	Influencer marketing i nowe media			15		15						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.

 Zdalna forma prowadzenia zajęć

 Stacjonarna/zdalna forma prowadzenia zajęć

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

<sup>^</sup> wykaz przedmiotów podawany jest do wiadomości studentom przez dziekana minimum semestr przed realizacją przedmiotu.