

tabela pomocnicza **

rok	semestr	Przedmiot	KOD	Szczegóły przedmiotu					nazwa modułu do którego należy przedmiot **	
				ilość godzin				Forma zaliczenia		ECTS
				wykładow	konwers./se minar.	ćwiczeń	Razem			
1		Methodology of Social Sciences and the Humanities		30			30	Z	2	MP
1		International Security		30		15	45	E	5	MP
1		Theory of International Relations		30			30	E	3	MP
1		Globalisation and Regionalisation		30			30	E	3	MP
1		International Financial Markets		15			15	Z	2	MP
1		International Protection of Human Rights		30			30	E	3	MP
1		Physical Education				30	30	Z	1	MP
1		Marketing Management			30		30	Z	3	MS
1		Strategic Management			30		30	Z	3	MS
1		Consumer Behaviour			30		30	Z	3	MS
razem po 1. semestrze***:							godzin: 300		p. ECTS: 28	
2		Economic Law of EU		30			30	E	3	MP
2		International Economic Transactions		15			15	Z	2	MP
2		International Environmental Protection		30			30	E	3	MP
2		Development Economics		30			30	E	3	MP
2		Finance Management			30		30	Z	3	MS
2		Marketing Research			30		30	Z	3	MS
2		Brand Management			30		30	Z	3	MS
2		M.A. seminars			30		30	Z	4	MS
2		Optional course/ faculty		30			30	Z	2	MW
2		Optional course/ faculty		30			30	Z	2	MW
2		Optional course/ faculty		30			30	Z	2	MW
2		Optional course/ faculty		30			30	Z	2	MW
razem po 2. semestrze :							godzin: 345		p. ECTS: 32	
3		International Social Policy		30			30	E	3	MP
3		International Forecasting and Simulation		30			30	E	3	MP
3		International Marketing			30		30	Z	3	MS
3		Political Marketing			30		30	Z	3	MS
3		International Marketing Communication			30		30	Z	3	MS
3		M.A. seminars			30		30	Z	4	MS
3		Optional course/faculty		30			30	E	4	MW
razem po 3. semestrze :							godzin: 210		p. ECTS: 23	
4		Public Sector Management			30		30	Z	3	MS
4		Place Branding			30		30	Z	3	MS
4		E-Marketing			30		30	Z	3	MS
4		Project Management			30		30	Z	3	MS
4		M.A. seminars and Completing Master Thesis			45		45	Z	25	MS
razem po 4. semestrze :							godzin: 165		p. ECTS: 37	
RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW :							godzin: 1020		p. ECTS: 120	

Plan studiów zatwierdzony przez Radę Wydziału w dniu

* kolumny organizowane zgodnie z zapotrzebowaniem jednostki dydaktycznej
 ** opcjonalnie
 *** student jest zobowiązany odbyć szkolenie BHP w semestrze 1

grupy zajęć: ZP-z. podstawowe, ZM-z. wybieralne, ZU-z. ogólnoucz.	Bilans p ECTS		
	ECTS zaj. praktycznych	ECTS zaj. wymagających udziału nauczyciela	...
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZW			
ZW			
ZW			
ZU			
ZU			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZW			
ZP			
ZP			
ZP			
ZP			
ZW			
Bilans punktów ECTS:			
opis typu zajęć	suma godzin	suma p. ECTS	udział procentowy (punktowny)
zaj. o char. podstawowym			
zaj. o char. ogólnouczelnianym			
zaj. o char. wybieralnym			
zaj. o char. praktycznym			
zaj. wymagające udziału naucz.			

Moduł wybieralny: INTERNATIONAL MARKETING (w j. angielskim)

rok	semestr	Przedmioty wybieralne	Szczegóły przedmiotu						
			KOD	ilość godzin				Forma zaliczenia	ECTS
				wykładów	Razem		
I	2*	Human Resource Management		30			30	Z	2
	2*	Social Media		30			30	Z	2
	2*	Advertising		30			30	Z	2
	2*	Optional course in foreign language		30			30	Z	2
II	3**	Enterpreneurship		30			30	E	4
	3**	Effective Communication and Presentation		30			30	E	4
	3**	Global Markets		30			30	E	4

* Student wybiera 4 wykłady z oferty specjalności (powyżej) bądź całego wydziału

** Student wybiera 1 wykład z oferty specjalności (powyżej) bądź całego wydziału

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	Szczegóły przedmiotu						
			KOD	ilość godzin			Forma zaliczenia	ECTS	
				wykładów	konw./semin ar.	...			Razem
I	1	Marketing Management			30		30	P	3
	1	Strategic Management			30		30	P	3
	1	Consumer Behaviour			30		30	P	3
	2	Finance Management			30		30	P	3
	2	Marketing Research			30		30	P	3
	2	Brand Management			30		30	P	3
	2	M.A. seminars			30		30	P	4
II	3	International Marketing			30		30	P	3
	3	Political Marketing			30		30	P	3
	3	International Marketing Communication			30		30	P	3
	3	M.A. seminars			30		30	P	4
	4	Public Sector Management			30		30	P	3
	4	Place Branding			30		30	P	3
	4	E-Marketing			30		30	P	3
	4	Project Management			30		30	P	3
	4	M.A. seminars and Completing Master Thesis			45		45	P	25
moduł specjalności: INTERNATIONAL MARKETING							495	p. ECTS:	72