



SZKOŁA GŁÓWNA
GOSPODARSTWA
WIEJSKIEGO

Program studiów podyplomowych

Digital i AI Marketing

Spis treści

Informacje podstawowe	3
Opis studiów podyplomowych	4
Efekty uczenia się	7
Plan studiów podyplomowych	8
Matryca efektów uczenia się	13

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Ekonomiczny
Nazwa studiów podyplomowych:	Digital i AI Marketing
Poziom:	studia podyplomowe
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	30
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	2
Odniesienie do poziomu PRK:	7

Opis studiów podyplomowych

Cele kształcenia, opis grupy odbiorców

Celem Studiów Podyplomowych "Digital i AI Marketing" jest dostarczenie wiedzy i umiejętności niezbędnych do projektowania i prowadzenia skutecznych działań marketingowych w środowisku cyfrowym – zarówno z perspektywy dużych organizacji, jak i marek osobistych czy mikroprzedsiębiorstw.

Do celów szczegółowych Studiów należy przekazanie wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych w zakresie: prawnych i etycznych aspektów marketingu elektronicznego wspieranego przez AI, strategii marketingu elektronicznego, wykorzystania AI w kampaniach reklamowych i ich optymalizacji, hybrydowych lejów sprzedażowych i automatyzacji ścieżki decyzyjnej klienta (e-mail marketing + ManyChat, AI copywriting, email marketing AI), automatyzacji w marketingu elektronicznym, inteligentnego zarządzania reklamami w Google i SEM, SEO i analizy treści wspieranej przez AI, aspekty AI w Social media marketingu i analizie treści różnych platform społecznościowych, m.in. LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, sztucznej inteligencji w public relations i marketingu kryzysowym, analizie trendów i tworzeniu viralowych treści, storytellingu i generowaniu angażujących treści, a także tworzenia grafik za pomocą AI i automatyzacji projektowania (Canva), video marketingu i narzędzi AI do edycji treści, prompt engineeringu dla Marketera oraz Asystenta AI w marketingu elektronicznym.

Ukończenie studiów podyplomowych przygotowuje do pracy na stanowisku m.in. Specjalisty ds. Digital Marketingu, Menadżera ds. Marketingu Cyfrowego, Konsultanta ds. Sztucznej Inteligencji w Marketingu, Kierownika Kampanii Reklamowych Online, Specjalisty ds. Automatyzacji Marketingu, Brand Managera z wykorzystaniem narzędzi AI, Eksperta ds. Personalizacji Komunikacji Marketingowej, Menedżera ds. Innowacji Marketingowych, Consultant AI Marketing Solutions.

„Digital i AI Marketing” to dwusemestralne studia podyplomowe adresowane do:

- osób, które chcą poszerzyć swoje kompetencje o nowoczesne narzędzia cyfrowe i rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji, w tym automatyzację procesów, analitykę danych i tworzenie treści wspomagane przez AI;
- specjalistów zainteresowanych zwiększeniem efektywności działań marketingowych poprzez wdrażanie strategii digital marketingu i wykorzystanie technologii AI w zarządzaniu relacjami z klientami;
- osób zainteresowanych zdobyciem nowej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie strategii komunikacji, analizy danych oraz kreatywnego wykorzystania narzędzi AI w marketingu;
- osób zainteresowanych rozwijaniem interdyscyplinarnych kompetencji łączących analizę danych, tworzenie treści oraz projektowanie strategii komunikacyjnych z użyciem nowoczesnych narzędzi cyfrowych;
- osób zainteresowanych praktycznym wykorzystaniem narzędzi AI, m.in. ChatGPT, Midjourney, systemów automatyzacji CRM, chatbotów czy platform analitycznych;
- kadry menedżerskiej wyższego i średniego szczebla zainteresowanych poszerzeniem wiedzy i umiejętności;
- osób zainteresowanych przekwalifikowaniem się i rozpoczęciem pracy w sektorze digital marketingu;
- osób zarządzających przedsiębiorstwami oraz właścicieli firm, którzy chcą efektywniej planować i nadzorować działania promocyjne w środowisku cyfrowym;
- osób pracujących w agencjach reklamowych i domach mediowych;
- właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw;
- pracowników administracji publicznej;
- wszystkich zainteresowanych samodoskonaleniem i podnoszeniem własnych kwalifikacji.

Charakterystyka studiów podyplomowych

W dobie zaawansowanej cyfryzacji oraz intensywnego rozwoju technologii sztucznej inteligencji kompetencje w obszarze marketingu cyfrowego oraz zastosowań AI w komunikacji rynkowej stają się nieodzownym elementem profesjonalnego funkcjonowania na współczesnym rynku pracy. Wzrost znaczenia danych, automatyzacji procesów biznesowych oraz personalizacji doświadczeń konsumenckich skutkuje redefinicją tradycyjnych modeli komunikacji marketingowej na rzecz zintegrowanych, technologicznie zaawansowanych strategii.

Kluczowe znaczenie w tej transformacji odgrywają dwa wzajemnie uzupełniające się obszary: marketing cyfrowy oraz marketing wykorzystujący sztuczną inteligencję. Marketing cyfrowy obejmuje działania realizowane w środowisku cyfrowym, obejmujące strony internetowe, media społecznościowe, e-mail marketing, aplikacje mobilne oraz reklamy internetowe. Główne narzędzia wykorzystywane w tym zakresie to optymalizacja pod kątem wyszukiwarek internetowych (SEO), marketing w wyszukiwarkach (SEM), marketing treści (content marketing), marketing influencerski oraz kampanie w mediach społecznościowych. Celem działań marketingu cyfrowego jest nie tylko zwiększanie sprzedaży, lecz również budowanie trwałych relacji z klientami oraz wzmacnianie rozpoznawalności marki w środowisku online.

Marketing oparty na sztucznej inteligencji wykorzystuje nowoczesne technologie, takie jak uczenie maszynowe oraz analitykę predykcijną, w celu automatyzacji procesów, zaawansowanej personalizacji ofert i treści oraz analizy wielkich zbiorów danych w czasie rzeczywistym. Dzięki zastosowaniu sztucznej inteligencji możliwe jest precyzyjniejsze targetowanie komunikatów marketingowych, dynamiczna optymalizacja kampanii oraz dostarczanie użytkownikom wysoce spersonalizowanych doświadczeń.

Wdrażanie rozwiązań wykorzystujących sztuczną inteligencję, takich jak systemy rekomendacyjne, chatboty, generatywne modele językowe czy automatyzacja kampanii reklamowych, staje się standardem nie tylko w sektorze dużych korporacji, lecz również w małych i średnich przedsiębiorstwach. W efekcie umiejętność analizy i interpretacji danych, zarządzania narzędziami opartymi na AI oraz projektowania personalizowanych strategii komunikacyjnych należy dziś do kluczowych kompetencji specjalistów ds. marketingu.

Szczególne znaczenie w kontekście nowoczesnych strategii marketingowych odgrywają platformy reklamowe, takie jak Google Ads, umożliwiające precyzyjne docieranie do segmentów docelowych w środowisku internetowym. Integracja tych narzędzi z zaawansowanymi systemami analitycznymi oraz technologiami sztucznej inteligencji pozwala na dynamiczną adaptację kampanii reklamowych do zmieniających się warunków rynkowych oraz preferencji użytkowników. W konsekwencji, efektywne wykorzystanie narzędzi marketingu cyfrowego i technologii sztucznej inteligencji staje się kluczowym determinantem sukcesu organizacji funkcjonujących w cyfrowej gospodarce.

Studia podyplomowe umożliwią uczestnikom przygotowanie do praktycznej, efektywnej i skutecznej realizacji wyzwań związanych z wykorzystaniem technologii cyfrowych i sztucznej inteligencji w marketingu.

W ramach studiów podyplomowych zajęcia zostały podzielone na część wykładową oraz ćwiczeniową. Część wykładowa prowadzona będzie metodą audytoryjną z wykorzystaniem nowoczesnych technik audiowizualnych, które umożliwią przyswajanie teoretycznych podstaw dotyczących narzędzi digital marketingu, sztucznej inteligencji, analityki danych oraz strategii komunikacyjnych. Zajęcia teoretyczne obejmować będą również omówienie aktualnych trendów i technologii w obszarze marketingu cyfrowego, w tym automatyzacji procesów oraz personalizacji doświadczeń użytkowników. Część ćwiczeniowa skoncentrowana będzie na praktycznym zastosowaniu zdobytej wiedzy i prowadzona w oparciu o studia przypadków (case studies), ćwiczenia oraz prace w grupach. Uczestnicy będą mieli okazję analizować rzeczywiste kampanie marketingowe, rozwijać umiejętności związane z tworzeniem strategii marketingowych oraz stosowaniem narzędzi AI w praktyce.

Wykłady w ramach studiów podyplomowych prowadzone będą przez specjalistów z zakresu marketingu cyfrowego oraz sztucznej inteligencji, którzy posiadają doświadczenie we wdrażaniu i realizacji zaawansowanych strategii digital marketingowych oraz rozwiązań AI w różnych sektorach gospodarki. Zajęcia współprowadzić będą również przedstawiciele firm będących partnerami merytorycznymi studiów, którzy podzielą się praktyczną wiedzą, aktualnymi case studies oraz doświadczeniami z realizacji projektów biznesowych i technologicznych na rynku krajowym i międzynarodowym.

Wymiar, zasady i forma odbywania oraz zaliczania praktyk

Na studiach podyplomowych nie są realizowane praktyki.

Warunki ukończenia studiów podyplomowych

1. Uzyskanie pozytywnych wyników zaliczeń z zajęć objętych programem studiów, zgodnie z kryteriami i warunkami określonymi w ich opisie;
2. Złożenie pracy dyplomowej i jej zakwalifikowanie do egzaminu końcowego;
3. Uzyskanie pozytywnego wyniku z egzaminu końcowego.

Praca dyplomowa

Praca dyplomowa jest zwartym opracowaniem w formie projektu, o charakterze przekrojowym i problemowym, odnoszącym się do treści realizowanych w ramach zajęć przewidzianych w programie studiów. Opis projektu i zasady jego przygotowania Słuchacze otrzymują podczas pierwszego zjazdu.

Praca dyplomowa wykonywana jest samodzielnie, a w przypadku gdy Słuchacze pochodzą z tej samej organizacji może być wykonywana w zespole maksymalnie dwuosobowym.

Przygotowanie prac dyplomowych słuchaczy wspiera opiekun lub zespół opiekunów merytorycznych odpowiedzialnych za promowanie pracy, których wskazuje Kierownik Studiów. O kwalifikacji pracy do egzaminu końcowego decyduje opiekun/opiekunowie pracy.

Praca dyplomowa składana jest do Kierownika studiów nie później niż siedem dni po zakończeniu ostatnich zajęć w programie studiów. Opiekun/opiekunowie pracy nie później niż trzy tygodnie po zakończeniu zajęć podejmują decyzję o zakwalifikowaniu złożonej pracy

dypłomowej do egzaminu końcowego.

Egzamin końcowy

Do egzaminu końcowego dopuszczony jest Słuchacz, który uzyska pozytywne wyniki zaliczeń ze wszystkich zajęć objętych programem studiów, złoży pracę dyplomową zakwalifikowaną przez opiekuna/opiekunów do egzaminu końcowego oraz ma uregulowaną opłatę za studia określoną w warunkach rekrutacji.

Egzamin końcowy odbywa się nie później niż trzy miesiące od zakończenia ostatnich zajęć w programie studiów i przeprowadzany jest przez Komisję powołaną przez Dziekana. Egzamin końcowy jest dyskusją przygotowanej przez słuchacza pracy dyplomowej. Z egzaminu końcowego słuchacz otrzymuje ocenę w skali określonej w Regulaminie studiów podyplomowych.

Końcowy wynik studiów

Wynik końcowy studiów jest ustalany jako średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z poszczególnych przedmiotów objętych programem studiów oraz oceny z egzaminu końcowego, zgodnie z poniższą skalą:

- ocena dostateczna - średnia arytmetyczna w przedziale ($\geq 3,0 \leq 3,25$);
- ocena dostateczna plus - średnia arytmetyczna w przedziale ($> 3,25 \leq 3,75$);
- ocena dobra - średnia arytmetyczna w przedziale ($> 3,75 \leq 4,25$);
- ocena dobra plus - średnia arytmetyczna w przedziale ($> 4,25 \leq 4,75$);
- ocena bardzo dobra - średnia arytmetyczna w przedziale ($> 4,75$).

Zasady i tryb rekrutacji

Kandydaci muszą mieć ukończone studia co najmniej pierwszego stopnia (6 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji).

Przyjęcie na studia podyplomowe następuje po:

1. dokonaniu rejestracji w systemie IRK,
2. złożeniu wymaganych dokumentów,
3. odnotowaniu wniesienia opłaty za studia podyplomowe lub pierwszej raty tej opłaty.

W procesie rekrutacji wymagane jest złożenie następujących dokumentów:

1. podanie/ankieta o przyjęcie na studia podyplomowe,
2. odpis lub poświadczoną przez uczelnię kopię dyplomu ukończenia studiów uprawniających do podjęcia studiów podyplomowych. W przypadku ukończenia studiów wyższych za granicą kandydat składa oryginał dyplomu oraz jego tłumaczenie na język polski potwierdzone przez upoważnione instytucje, a także dokument potwierdzający nostryfikację dyplomu lub zaświadczenie o zwolnieniu z postępowania nostryfikacyjnego,
3. dowód wpłaty za pierwszy semestr studiów lub za dwa semestry.

O przyjęciu na studia decydują kolejność zgłoszeń, dostarczenie kompletu dokumentów i dokonanie wymaganych opłat.

Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Treść	PRK
DigAIM_K6_W01	Absolwent zna i rozumie zaawansowane koncepcje i teorie związane z digital marketingiem oraz rolą sztucznej inteligencji w procesach marketingowych. Zna i rozumie technologie wykorzystywane do analizy danych, automatyzacji procesów i personalizacji komunikacji z klientami.	P7S_WG
DigAIM_K6_W02	Absolwent zna i rozumie kluczowe zagadnienia i techniki marketingu cyfrowego, w tym narzędzia i platformy wykorzystywane w digital marketingu, takie jak SEO, SEM, content marketing, social media marketing, e-mail marketing. Zna i rozumie zastosowania AI w mediach społecznościowych, kampaniach PPC (Google Ads, Facebook Ads) oraz w automatyzacji komunikacji z konsumentem.	P7S_WG
DigAIM_K6_W03	Absolwent zna i rozumie prawne i etyczne aspekty marketingu elektronicznego wspieranego przez AI. Zna i rozumie innowacyjne narzędzia AI w strategiach marketingowych. Zna kompetencje, które powinien posiadać menedżer ds. digital i AI marketingu.	P7S_WK

Umiejętności

Kod	Treść	PRK
DigAIM_K6_U01	Absolwent potrafi projektować i wdrażać strategie marketingowe, w tym tworzyć plany kampanii digitalowych, dobierać odpowiednie narzędzia do kanałów marketingowych (social media, SEO, SEM, e-mail marketing) oraz zarządzać ich realizacją.	P7S_UW, P7S_UK
DigAIM_K6_U02	Absolwent potrafi wdrażać i zarządzać kampaniami reklamowymi w Google Ads. Potrafi tworzyć treści UGC. Potrafi implementować narzędzia do integracji asystentów AI z systemami zarządzania relacjami z klientami.	P7S_UO
DigAIM_K6_U03	Absolwent potrafi stosować techniki prompt engineering do efektywnego formułowania zapytań dla modeli językowych AI. Potrafi wykorzystywać narzędzia sztucznej inteligencji do tworzenia grafik, projektów wizualnych oraz do edycji zdjęć.	P7S_UU

Kompetencje społeczne

Kod	Treść	PRK
DigAIM_K6_K01	Absolwent jest gotów do współpracy w interdyscyplinarnych zespołach, integrując wiedzę z zakresu digital marketingu i AI w tworzeniu strategii marketingowych.	P7S_KR
DigAIM_K6_K02	Absolwent jest gotów do efektywnego komunikowania się z interesariuszami, przedstawiając korzyści płynące z wdrożenia AI w marketingu.	P7S_KO
DigAIM_K6_K03	Absolwent jest gotów do krytycznej oceny siebie oraz organizacji, w której pracuje. Rozumie potrzebę doksztalcenia się zawodowego i rozwoju osobistego.	P7S_KK

Plan studiów

Semestr 1

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Obligatoryjność
Wykład Inauguracyjny	Wykład: 2	0	-	Przedmioty do wyboru
Wprowadzenie do marketingu	Wykład: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Strategie marketingu elektronicznego	Wykład: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Prawne i etyczne aspekty marketingu elektronicznego wspieranego przez AI	Wykład: 8	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
SEO i analiza treści wspierana przez AI	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Hybrydowe lejki sprzedażowe i automatyzacja ścieżki decyzyjnej klienta	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Content marketing w świecie sztucznej inteligencji	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Obligatoryjność
Automatyzacja w marketingu elektronicznym	Wykład: 6, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 6 Ćwiczenia audytoryjne: 6, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 6	2	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Analityka marketingowa i raportowanie z wykorzystaniem AI	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Budowa landing page	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
AI w Kampaniach reklamowych i ich optymalizacji	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Inteligentne zarządzanie reklamami w Google i SEM	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	2	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Suma	82	13		

Semestr 2

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Obligatoryjność
Video marketing i narzędzia AI do edycji treści	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
AI w public relations i marketingu kryzysowym	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
AI w storytellingu i generowaniu angażujących treści	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Oświetlenie i scenografia w profesjonalnych materiałach video	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Personal Branding w mediach społecznościowych	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
AI w analizie trendów i tworzeniu viralowych treści	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Obligatoryjność
Influencer marketing	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Tworzenie grafik wektorowych za pomocą AI	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Tworzenie treści UGC	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
AI w Social media marketingu i analizie treści różnych platform społecznościowych	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Fotografia produktowa i AI w edycji zdjęć	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Tworzenie kompozycji graficznych za pomocą AI i automatyzacja projektowania	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Obligatoryjność
Asystent AI w marketingu elektronicznym	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Prompt engineering dla Marketera	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 4	1	Zaliczenie na ocenę	Przedmioty obowiązkowe
Projekt dyplomowy	Wykład: 2, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 2 Ćwiczenia audytoryjne: 2, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia audytoryjne synchroniczne: 2	3	Zaliczenie	Przedmioty obowiązkowe
Suma	80	17		

Matryca efektów uczenia się

2026/27/N_Z/6/EKR/DigAIM/all

Przedmiot	Specjalność	Obligatoryjność	Semestr	DigAIM_K6_W01	DigAIM_K6_W02	DigAIM_K6_W03	DigAIM_K6_U01	DigAIM_K6_U02	DigAIM_K6_U03	DigAIM_K6_K01	DigAIM_K6_K02	DigAIM_K6_K03
Wykład Inauguracyjny		F	1s									x
Wprowadzenie do marketingu		O	1s	x								
Strategie marketingu elektronicznego		O	1s			x	x			x		
Prawne i etyczne aspekty marketingu elektronicznego wspieranego przez AI		O	1s			x					x	
SEO i analiza treści wspierana przez AI		O	1s		x			x				x
Hybrydowe lejki sprzedażowe i automatyzacja ścieżki decyzyjnej klienta		O	1s	x			x					
Content marketing w świecie sztucznej inteligencji		O	1s		x		x					
Automatyzacja w marketingu elektronicznym		O	1s	x			x				x	
Analityka marketingowa i raportowanie z wykorzystaniem AI		O	1s	x					x			
Budowa landing page		O	1s			x			x			
AI w Kampaniach reklamowych i ich optymalizacji		O	1s	x	x		x			x		
Inteligentne zarządzanie reklamami w Google i SEM		O	1s		x		x	x				x
Video marketing i narzędzia AI do edycji treści		O	2s		x				x			
AI w public relations i marketingu kryzysowym		O	2s	x			x					
AI w storytellingu i generowaniu angażujących treści		O	2s			x			x			
Oświetlenie i scenografia w profesjonalnych materiałach video		O	2s		x				x			

Przedmiot	Specjalność	Obligatoryjność	Semestr	DigAIM_K6_W01	DigAIM_K6_W02	DigAIM_K6_W03	DigAIM_K6_U01	DigAIM_K6_U02	DigAIM_K6_U03	DigAIM_K6_K01	DigAIM_K6_K02	DigAIM_K6_K03
Personal Branding w mediach społecznościowych		O	2s		x		x		x			
AI w analizie trendów i tworzeniu viralowych treści		O	2s	x					x			
Influencer marketing		O	2s		x				x			
Tworzenie grafik wektorowych za pomocą AI		O	2s	x					x		x	
Tworzenie treści UGC		O	2s			x		x				
AI w Social media marketingu i analizie treści różnych platform społecznościowych		O	2s		x		x		x			
Fotografia produktowa i AI w edycji zdjęć		O	2s		x				x			
Tworzenie kompozycji graficznych za pomocą AI i automatyzacja projektowania		O	2s			x			x			
Asystent AI w marketingu elektronicznym		O	2s	x				x				x
Prompt engineering dla Marketera		O	2s	x		x			x			x
Projekt dyplomowy		O	2s	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Suma (obowiązkowy):				11	11	8	10	5	14	3	4	5
Suma (fakultatywny):				0	0	0	0	0	0	0	0	1
Suma:				11	11	8	10	5	14	3	4	6