

**STUDIA NIESTACJONARNE II STOPNIA: ROK I, SEMESTR I**  
**KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-WIZERUNKOWE: REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS**

Lp.	Przedmiot		Typ zajęć i liczba godzin					Forma zaliczenia			ECTS
	kategoria	nazwa	W	Ć/K	L	S	PSM	E	ZAO	ZAL	
1.	O/A	Chrześcijaństwo i kultura Europy	20					E			3
2.	K/A	Podstawy public relations, reklamy i brandingu	20					E			3
3.	K/A	Zarządzanie i Human Resources	20					E			3
4.	K/A	Etyka i estetyka komunikowania		20/K				E			3
5.	K/B	Corporate communication i marketing polityczny		20/K					ZA		3
6.	K/B	Kreatywność multimedialna w promocji, reklamie i public relations		20/Ć					ZA		3
7.	L/A	Konwersatorium języka angielskiego			20				ZA		2
8.	SPEC/1/RB/B	Retoryka i perswazja reklamy		20					ZA O		2
	SPEC/1/PR/B	Techniki i metody autoprezentacji									
	SPEC/1/PP/B	Design produktu i marki – księga znaków									
9.	SPEC/2/RB/B	Tożsamość i wizerunek marki		20					ZA O		2
	SPEC/2/PR/B	Retoryka, erystyka i estetyka wypowiedzi publicznych									
	SPEC/2/PP/B	Infografika i information design									
10.	F1/B	Przedmiot 1	20						ZA O		2
		Przedmiot 2									
		Przedmiot 3									
11.	P/B	Praktyki studenckie I		100						ZAL	4
		<b>Ogółem</b>	<b>80</b>	<b>220</b>	<b>20</b>			<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	
		<b>Całkowita ilość godzin razem</b>		<b>320</b>					<b>12</b>		<b>30</b>

**LEGENDA:**

- Typ przedmiotów:** W – wykład, Ć – ćwiczenia, K – konwersatorium, L – lektorat, S – seminarium, SL – seminarium licencjackie, PSM – proseminarium magisterskie, SM – seminarium magisterskie, P – praktyka, ST – staże
- Kategoria przedmiotów:** O – ogólne, K – kierunkowe, SPEC – specjalnościowe/nr, F/nr – fakultatywne/numer, A: moduł A teoretyczny, B: moduł B praktyczny
- Forma zaliczenia:** E – egzamin, ZAL – zaliczenie, ZAO – zaliczenie z oceną
- Rodzaje specjalności:** RB – reklama i branding, PR – public relations, PP – projektowanie promocyjne

**STUDIA NIESTACJONARNE II STOPNIA: ROK I, SEMESTR II**  
**KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-WIZERUNKOWE: REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS**

Lp.	Przedmiot		Typ zajęć i liczba godzin					Forma			ECT S	
	kategoria	nazwa	W	Ć/K	L	S	PSM	E	ZA	ZA		
1.	O/A	Aksjologia Jana Pawła II	20					E			3	
2.	K/A	Język w promocji, marketingu i public relations		20/K				E			3	
3.	K/A	Zarządzanie finansami i analiza finansowa		20/K				E			3	
4.	K/B	Projektowanie wizerunku i promocji – narzędzia i technologie		20/Ć					ZA		3	
5.	K/B	Trening kompetencji komunikacyjnych		20/Ć					ZA		3	
6.	L/A	Konwersatorium języka angielskiego			20				ZA		2	
7.	SPEC/3/RB/B/	Projektowanie i kreowanie marki		20					ZA		2	
	SPEC/3/PR/B	Media relations i rzecznictwo prasowe							O			
	SPEC/3/PP/B	Fotografia wizerunkowa i promocyjna										
8.	SPEC/4/RB/B	Kreatywność w reklamie i copywriting		20					ZA		2	
	SPEC/4/PR/B	Narzędzia public relations							O			
	SPEC/4/PP/B	Spoty i filmy promocyjne										
9.	F2/B	Przedmiot 1	20						ZA		2	
		Przedmiot 2						O				
		Przedmiot 3										
10.	S/A	Proseminarium magisterskie					20		ZA		4	
11.	P/B	Praktyki studenckie II		80						ZA	3	
		<b>Ogółem</b>	<b>40</b>	<b>220</b>	<b>20</b>			<b>20</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	
		<b>Całkowita ilość godzin razem</b>		<b>280</b>					<b>12</b>		<b>30</b>	

**LEGENDA:**

- Typ przedmiotów:** W – wykład, Ć – ćwiczenia, K – konwersatorium, L – lektorat, S – seminarium, SL – seminarium licencjackie, PSM – proseminarium magisterskie, SM – seminarium magisterskie, P – praktyka, ST – staże
- Kategoria przedmiotów:** O – ogólne, K – kierunkowe, SPEC – specjalnościowe/nr, F/nr – fakultatywne/numer, A: moduł A teoretyczny, B: moduł B praktyczny
- Forma zaliczenia:** E – egzamin, ZAL – zaliczenie, ZAO – zaliczenie z oceną
- Rodzaje specjalności:** RB – reklama i branding, PR – public relations, PP – projektowanie promocyjne

**STUDIA NIESTACJONARNE II STOPNIA: ROK II, SEMESTR III**  
**KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-WIZERUNKOWE: REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS**

Lp.	Przedmiot		Typ zajęć i liczba godzin					Forma zaliczenia			ECTS
	kategoria	nazwa	W	Ć/K	L	S	PSM	E	ZAO	ZA	
1.	O/A	Psychologia społeczna	20					E			3
2.	K/A	Prawo reklamy, brandingu i PR	20					E			3
3.	K/A	E-public relations		20/K				E			3
4.	K/B	Konsument i relacje z klientem		20/K				E			3
5.	K/B	Innowacyjność i przedsiębiorczość		20/Ć					ZAO		3
6.	L/A	Konwersatorium języka angielskiego			20				ZAO		2
7.	SPEC/5/RB/B	Technologia i logistyka marketingu		20					ZAO		2
	SPEC/5/PR/B	Strategie i techniki mediacji i negocjacji									
	SPEC/5/PP/B	E-design – projektowanie komputerowe									
8.	SPEC/6/RB/B	Zarządzenie reklamą i marką		20					ZAO		2
	SPEC/6/PR/B	Crisismanagement									
	SPEC/6/PP/B	Projektowanie i zarządzanie witryną internetową									
9.	F3/B	Przedmiot 1	20						ZAO		2
		Przedmiot 2									
		Przedmiot 3									
10.	S/B	Seminarium magisterskie				20				ZA	5
11.	P/B	Praktyki studenckie III		60						ZA	2
		<b>Ogółem</b>	<b>60</b>	<b>160</b>	<b>20</b>	<b>20</b>		<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	
		<b>Całkowita ilość godzin razem</b>		<b>260</b>					<b>11</b>		<b>30</b>

**LEGENDA:**

- Typ przedmiotów:** W – wykład, Ć – ćwiczenia, K – konwersatorium, L – lektorat, S – seminarium, SL – seminarium licencjackie, PSM – proseminarium magisterskie, SM – seminarium magisterskie, P – praktyka, ST – staże
- Kategoria przedmiotów:** O – ogólne, K – kierunkowe, SPEC – specjalnościowe/nr, F/nr – fakultatywne/numer, A: moduł A teoretyczny, B: moduł B praktyczny
- Forma zaliczenia:** E – egzamin, ZAL – zaliczenie, ZAO – zaliczenie z oceną
- Rodzaje specjalności:** RB – reklama i branding, PR – public relations, PP – projektowanie promocyjne

**STUDIA NIESTACJONARNE II STOPNIA: ROK II, SEMESTR IV**  
**KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-WIZERUNKOWE: REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS**

Lp.	Przedmiot		Typ zajęć i liczba godzin					Forma			ECT S
	kategoria	nazwa	W	Ćw./K	L	S	PSM	E	ZA	ZA	
1.	O/A	Ekonomia wolnego rynku	20					E			3
2.	K/A	Statystyka w marketingu i PR	20					E			3
3.	K/A	E-marketing		20/K				E			3
4.	K/B	Projekty – kreatywność i zarządzanie		20/K				E			3
5.	K/B	Projektowanie graficzne i DTP		20/Ć					ZA		3
6.	SPEC/7/RB/B	Employerbranding		20					ZA		2
	SPEC/7/PR/B	Doradztwo wizerunkowe							O		
	SPEC/7/PP/B	Logistyka kampanii promocyjnej									
7.	SPEC/8/RB/B	Personal branding 2.0 i crowdsourcing		20					ZA		2
	SPEC/8/PR/B	Zarządzanie wizerunkiem i agencjami wizerunkowymi							O		
	SPEC/8/PP/B	Fundraising, crowdfunding i start-up									
8.	F4/B	Przedmiot 1	20						ZA		2
		Przedmiot 2						O			
		Przedmiot 3									
9.	S/B	Seminarium magisterskie				20			ZA	6	
10.	P/B	Praktyki studenckie IV		80							3
		<b>Ogółem</b>	<b>60</b>	<b>180</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	
		<b>Całkowita ilość godzin razem</b>		<b>260</b>					<b>9</b>		<b>30</b>

**LEGENDA:**

- Typ przedmiotów:** W – wykład, Ć – ćwiczenia, K – konwersatorium, L – lektorat, S – seminarium, SL – seminarium licencjackie, PSM – proseminarium magisterskie, SM – seminarium magisterskie, P – praktyka, ST – staże
- Kategoria przedmiotów:** O – ogólne, K – kierunkowe, SPEC – specjalnościowe/nr, F/nr – fakultatywne/numer, A: moduł A teoretyczny, B: moduł B praktyczny
- Forma zaliczenia:** E – egzamin, ZAL – zaliczenie, ZAO – zaliczenie z oceną

**Rodzaje specjalności:** RB – reklama i branding, PR – public relations, PP – projektowanie promocyjne