

STUDIA STACJONARNE 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	30					E			3
2.	K/A	Podstawy public relations, reklamy i brandingu	30					E			3
3.	K/A	Zarządzanie i Human Resources	30					E			3
4.	K/A	Etyka i estetyka komunikowania		30/K				E			3
5.	K/B	Corporate communication i marketing polityczny		30/K					ZAO		3
6.	K/B	Kreatywność multimedialna w promocji, reklamie i public relations		30/Ć					ZAO		3
7.	L/A	Konwersatorium języka angielskiego			30				ZAO		2
8.	SPEC/1/RB/B	Retoryka i perswazja reklamy		30					ZAO		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		30					ZAO		2
	SPEC/2/PR/B	Retoryka, erystyka i estetyka wypowiedzi publicznych									
	SPEC/2/PP/B	Infografika i information design									
10.	F1/B	Przedmiot 1	30						ZAO		2
		Przedmiot 2									
		Przedmiot 3									
11.	O/B	Wychowanie fizyczne		30					ZAL		---
12.	P/B	Praktyki studenckie I		100					ZAL		4
		Ogółem	120	280	30			4	6	2	
		Całkowita ilość godzin razem		430					12		30

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 STACJONARNE II STOPNIA: ROK I, SEMESTR II
KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-WIZERUNKOWE: REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS

Lp	Przedmiot		Typ zajęć i liczba godzin					Forma			ECT
	kategoria	nazwa	W	Ć/K	L	S	PSM	E	ZAL	ZAO	
1.	O/A	Aksjologia Jana Pawła II	30					E			3
2.	K/A	Język w promocji, marketingu i public relations		30/K				E			3
3.	K/A	Zarządzanie finansami i analiza finansowa		30/K				E			3
4.	K/B	Projektowanie wizerunku i promocji – narzędzia i technologie		30/Ć					ZAO		3
5.	K/B	Trening kompetencji komunikacyjnych		30/Ć					ZAO		3
6.	L/A	Konwersatorium języka angielskiego			30				ZAO		2
7.	SPEC/3/RB/B	Projektowanie i kreowanie marki		30					ZAO		2
	SPEC/3/PR/B	Media relations i rzecznictwo prasowe									
	SPEC/3/PP/B	Fotografia wizerunkowa i promocyjna									
8.	SPEC/4/RB/B	Kreatywność w reklamie i copywriting		30					ZAO		2
	SPEC/4/PR/B	Narzędzia public relations									
	SPEC/4/PP/B	Spoty i filmy promocyjne									
9.	F2/B	Przedmiot 1	30						ZAO		2
		Przedmiot 2									
		Przedmiot 3									
10.	O/B	Wychowanie fizyczne		30					ZAL		---
11.	S/A	Proseminarium magisterskie					30		ZAL		4
12.	P/B	Praktyki studenckie II		80					ZAL		3
		Ogółem	60	290	30		30	3	6	3	
		Całkowita ilość godzin razem		410					12		30

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 STACJONARNE 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	30					E			3
2.	K/A	Prawo reklamy, brandingu i PR	30					E			3
3.	K/A	E-public relations		30/K				E			3
4.	K/B	Konsument i relacje z klientem		30/K				E			3
5.	K/B	Innowacyjność i przedsiębiorczość		30/Ć					ZAO		3
6.	L/A	Konwersatorium języka angielskiego			30				ZAO		2
7.	SPEC/5/RB/B	Technologia i logistyka marketingu		30					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		30					ZAO		2
	SPEC/6/PR/B	Crisismanagment									
	SPEC/6/PP/B	Projektowanie i zarządzanie witryną internetową									
9.	F3/A	Przedmiot 1	30						ZAO		2
		Przedmiot 2									
		Przedmiot 3									
10.	S/B	Seminarium magisterskie				30				ZA	5
11.	P/B	Praktyki studenckie III		60						ZA	2
		Ogółem	90	210	30	30		4	5	2	
		Całkowita ilość godzin razem				360				11	30

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 STACJONARNE II STOPNIA: ROK II, SEMESTR IV
KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-WIZERUNKOWE: REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS

Lp	Przedmiot		Typ zajęć i liczba godzin					Forma			ECT
	kategoria	nazwa	W	Ćw./K	L	S	PSM	E	ZA	ZA	
1.	O/A	Ekonomia wolnego rynku	30					E			3
2.	K/A	Statystyka w marketingu i PR	30					E			3
3.	K/A	E-marketing		30/K				E			3
4.	K/B	Projekty – kreatywność i zarządzanie		30/K				E			3
5.	K/B	Projektowanie graficzne i DTP		30/Ć					ZAO		3
6.	SPEC/7/RB/B	Employerbranding		30					ZAO		2
	SPEC/7/PR/B	Doradztwo wizerunkowe									
	SPEC/7/PP/B	Logistyka kampanii promocyjnej									
7.	SPEC/8/RB/B	Personal branding 2.0 i crowdsourcing		30					ZAO		2
	SPEC/8/PR/B	Zarządzanie wizerunkiem i agencjami wizerunkowymi									
	SPEC/8/PP/B	Fundraising, crowdfunding i start-up									
8.	F4/B	Przedmiot 1	30						ZAO		2
		Przedmiot 2									
		Przedmiot 3									
9.	S/B	Seminarium magisterskie				30				ZAL	6
10.	P/B	Praktyki studenckie IV		80							3
		Ogółem	90	230		30		4	4	1	
		Całkowita ilość godzin razem		350					9		30

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

