

## PLAN STUDIÓW DLA NABORU 2022/2023

### STUDIA STACJONARNE DRUGIEGO STOPNIA O PROFILU PRAKTYCZNYM – KIERUNEK STUDIÓW: KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO- WIZERUNKOWE – REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS ROK I, SEMESTR I – ZIMOWY, 2022/2023 (NABÓR 2022/2023)

Lp.	Kategoria	Nazwa	Typ zajęć / liczba godzin				w tym E-L	Forma zaliczenia			ECTS	w tym E-L
			W	Ćw	K	War		E	ZAO	ZAL		
1.	O/N	Chrześcijaństwo i kultura Europy	30					e			3	
2.	K/N	Etyka i estetyka komunikowania			30			e			3	
3.	K/P	Zarządzanie i Human Resources	30					e			3	
4.	K/N	Podstawy public relations, reklamy i brandingu	30					e			3	
5.	K/P	Corporate communication i marketing polityczny			30				zao		2	
6.	K/P	Kreatywność multimedialna w promocji, reklamie i public relations		30					zao		2	
7.	K/P	Influencer – strategie i narzędzia		30					zao		2	
8.	L/P	Konwersatorium języka angielskiego		30					zao		2	
9.	F1/P	Słowo i obraz w ewangelizacji			30				zao		2	
		Emisja głosu										
		Biznesmanagement										
10.	P/P	Praktyki zawodowe		100						zal	4	
<b>Razem</b>			<b>120</b>	<b>190</b>	<b>60</b>						<b>26</b>	
11.	SPEC/1/RB	Retoryka i perswazja reklamy		30					zao		2	
12.	SPEC/2/RB	Tożsamość i wizerunek marki		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
11.	SPEC/1/PR	Techniki i metody autoprezentacji		30					zao		2	
12.	SPEC/2/PR	Retoryka, erystyka i estetyka wypowiedzi publicznych		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
11.	SPEC/1/PP	Design produktu i marki – księga znaku		30					zao		2	
12.	SPEC/2/PP	Infografika i information design		30					zao		2	

<b>Razem</b>		<b>60</b>							<b>4</b>	
<b>Ogółem – reklama i branding</b>		<b>430</b>							<b>30</b>	
<b>Ogółem – public relations</b>		<b>430</b>								
<b>Ogółem – projektowanie promocyjne</b>		<b>430</b>								

**STUDIA STACJONARNE DRUGIEGO STOPNIA O PROFILU PRAKTYCZNYM – KIERUNEK STUDIÓW: KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-  
WIZERUNKOWE – REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS  
ROK I, SEMESTR II – LETNI, 2022/2023 (NABÓR 2022/2023)**

Lp.	Kategoria	Nazwa	Typ zajęć / liczba godzin				w tym E-L	Forma zaliczenia			ECTS	w tym E-L
			W	Ćw	K	War		E	ZAO	ZAL		
1.	O/N	Aksjologia Jana Pawła II	30					e			3	
2.	K/N	Język w promocji, marketingu i public relations			30			e			3	
3.	K/P	Zarządzanie finansami i analiza finansowa	30					e			3	
4.	K/P	Projektowanie wizerunku i promocji – narzędzia i technologie		30					zao		2	
5.	K/P	Trening kompetencji komunikacyjnych			15				zao		1	
6.	K/P	Trening kompetencji komunikacyjnych				15			zao		1	
7.	L/P	Konwersatorium języka angielskiego		30				e			3	
8.	F2/P	Big idea – modusy w komunikacji perswazyjnej			30				zao		2	
		Medialne narracje kultury chrześcijańskiej										
		Marketingowa analityka sieci										
9.	S/N	Proseminarium magisterskie		30						zal	4	
10.	P/P	Praktyki zawodowe		100						zal	4	
<b>Razem</b>			<b>60</b>	<b>190</b>	<b>75</b>	<b>15</b>					<b>26</b>	
11.	SPEC/3/RB	Projektowanie i kreowanie marki		30					zao		2	
12.	SPEC/4/RB	Kreatywność w reklamie i copywriting		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
11.	SPEC/3/PR	Media relations i rzecznictwo prasowe		30					zao		2	
12.	SPEC/4/PR	Narzędzia public relations		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
11.	SPEC/3/PP	Fotografia wizerunkowa i promocyjna		30					zao		2	
12.	SPEC/4/PP	Spoty i filmy promocyjne		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	

<b>Ogółem – reklama i branding</b>	<b>400</b>					<b>30</b>	
<b>Ogółem – public relations</b>	<b>400</b>						
<b>Ogółem – projektowanie promocyjne</b>	<b>400</b>						

**STUDIA STACJONARNE DRUGIEGO STOPNIA O PROFILU PRAKTYCZNYM – KIERUNEK STUDIÓW: KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-  
WIZERUNKOWE – REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS  
ROK II, SEMESTR III – ZIMOWY, 2023/2024 (NABÓR 2022/2023)**

Lp.	Kategoria	Nazwa	Typ zajęć / liczba godzin				w tym E-L	Forma zaliczenia			ECTS	w tym E-L
			W	Ćw	K	War		E	ZAO	ZAL		
1.	O/N	Psychologia biznesu i neuromarketing	30					e			3	
2.	K/N	Prawo reklamy, brandingu i PR	30					e			3	
3.	K/P	E-public relations			30			e			3	
4.	K/P	Innowacyjność i przedsiębiorczość	30					e			3	
5.	K/P	Zachowania konsumenckie i relacje z klientem		30					zao		2	
6.	K/P	Researching – branżowe i naukowe bazy danych				30			zao		2	
7.	F3/P	Spory o człowieka – wyzwania współczesności			30				zao		2	
		Pamięć i tożsamość – strategie polityki historycznej										
		Obraz jako komunikat – kreatywność i interpretacja										
8.	S/N	Seminarium magisterskie		30						zal	4	
9.	P/P	Praktyki zawodowe		100						zal	4	
<b>Razem</b>			<b>90</b>	<b>160</b>	<b>60</b>	<b>30</b>					<b>26</b>	
10.	SPEC/5/RB	Technologia i logistyka marketingu		30					zao		2	
11.	SPEC/6/RB	Zarządzenie reklamą i marką		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
10.	SPEC/5/PR	Strategie i techniki mediacji i negocjacji		30					zao		2	
11.	SPEC/6/PR	Crisismanagment		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
10.	SPEC/5/PP	E-design – projektowanie komputerowe		30					zao		2	
11.	SPEC/6/PP	Projektowanie i zarządzanie witryną internetową		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
<b>Ogółem – reklama i branding</b>				<b>400</b>							<b>30</b>	

<b>Ogółem – public relations</b>	<b>400</b>						
<b>Ogółem – projektowanie promocyjne</b>	<b>400</b>						

**STUDIA STACJONARNE DRUGIEGO STOPNIA O PROFILU PRAKTYCZNYM – KIERUNEK STUDIÓW: KOMUNIKOWANIE PROMOCYJNO-  
WIZERUNKOWE – REKLAMA, BRANDING, PUBLIC RELATIONS  
ROK II, SEMESTR IV – LETNI, 2023/2024 (NABÓR 2022/2023)**

Lp.	Kategoria	Nazwa	Typ zajęć / liczba godzin				w tym E-L	Forma zaliczenia			ECTS	w tym E-L
			W	Ćw	K	War		E	ZAO	ZAL		
1.	O/N	Makroekonomia	30					e			3	
2.	K/N	Statystyka w marketingu i PR	30					e			3	
3.	K/P	E-marketing			30			e			3	
4.	K/P	Projekty – fundusze, kreatywność i zarządzanie			30			e			3	
5.	K/P	Kompleksowe projektowanie graficzne i DTP				30			zao		2	
6.	K/P	Dziennikarstwo w świecie cyfrowym				30			zao		2	
7.	F4/P	Chrześcijańskie świadectwo i dialog			30				zao		2	
		Absolwent na rynku pracy										
		Zarządzanie własnym portfelem										
8.	S/N	Seminarium magisterskie		30						zal	6	
9.	P/P	Praktyki zawodowe		60						zal	2	
<b>Razem</b>			<b>60</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>60</b>					<b>26</b>	
10.	SPEC/7/RB	Employerbranding i personal branding		30					zao		2	
11.	SPEC/8/RB	Ochrona marki i konkurencji		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
10.	SPEC/7/PR	Doradztwo wizerunkowe		30					zao		2	
11.	SPEC/8/PR	Zarządzanie wizerunkiem i agencjami wizerunkowymi		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
10.	SPEC/7/PP	Logistyka kampanii promocyjnej		30					zao		2	
11.	SPEC/8/PP	Fundraising, crowdfunding i start-up		30					zao		2	
<b>Razem</b>				<b>60</b>							<b>4</b>	
<b>Ogółem – reklama i branding</b>				<b>360</b>								
<b>Ogółem – public relations</b>				<b>360</b>							<b>30</b>	
<b>Ogółem – projektowanie promocyjne</b>				<b>360</b>								

**Legenda:**

Kategoria: O – ogólny, K – kierunkowy, SPEC – specjalnościowy, RB – reklama i branding, PR – public relations, PP – projektowanie promocyjne, P – praktyki, F/nr – przedmiot fakultatywny/numer przedmiotu, P – praktyka, S – seminarium, L – lektorat, /P – efekty praktyczne zajęć, /N – efekty teoretyczne zajęć

Typ zajęć: W – wykład, Ćw – ćwiczenia, K – konwersatorium, War – warsztaty

Forma zaliczenia: E – egzamin, ZAO – zaliczenie z oceną, ZAL – zaliczenie bez oceny