

## **PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: Komunikacja wizerunkowa (reklama, public relations, branding)**

**Studia niestacjonarne**

**I stopnia (licencjackie)**

**SPECJALNOŚĆ: branding**

**PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2022/2023**

### **KWALIFIKACJE ABSOLWENTA:**

Absolwent specjalności Branding jest przygotowany do realizacji zadań zawodowych w trzech obszarach:

**1. Zarządzanie relacjami z klientem** - studia wszechstronnie przygotowują absolwenta do pracy w charakterze specjalisty kreującego i zarządzającego budową relacji pomiędzy zespołem obsługującym klienta a klientem w procesie projektowania komunikacji i brandingu. Absolwent posiada umiejętność wykorzystania technik i metod skutecznego i efektywnego komunikowania, metod nawiązywania relacji, prezentacji, zarządzania projektami, negocjacji i rozwiązywania konfliktów. Szczególny nacisk w trakcie trwania studiów jest położony właśnie na rozwijanie kompetencji komunikacyjnych zapewniających wolną od konfliktów i efektywną współpracę pomiędzy firmą a jej klientem.

Absolwenci dzięki takim umiejętnościom pracować mogą:

- we wszystkich przedsiębiorstwach, firmach, organizacjach i instytucjach świadomie zarządzających procesem relacji z klientem,
- wyspecjalizowanych firmach doradczych zajmujących się nawiązywaniem, zarządzaniem i optymalizowaniem relacji wewnętrznych i zewnętrznych zarówno między pracownikami, jak i przedsiębiorstwami, jako trenerzy zajmujący się szkoleniem pracowników i kadry kierowniczej firm, urzędów i instytucji odpowiedzialnych zarówno za relacje wewnętrzne (działy HR), jak i zewnętrzne (Biura Obsługi Klienta) w celu optymalizacji tych relacji i zwiększenia ich efektywności,
- jako Account Managerowie i Key Account Managerowie w firmach branży kreatywnej (agencje reklamowe, brandingowe, Public Relations),
- jako pracownicy działów marketingu firm z sektora MŚP, jak i korporacji (w segmencie B2B i B2C) wszystkich branż, których kapitałem jest budowanie pozytywnych relacji z otoczeniem.

**2. Zarządzanie kreatywne** - absolwenci specjalności posiadają zarówno wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne umiejętności potrzebne w dynamicznie rozwijającej się branży kreatywnej i wizerunkowej, w szczególności w brandingu. Teoretyczny kontekst studiów, dający znajomość procesów i metod efektywnego komunikowania się w wysoce rozwiniętych współczesnych społeczeństwach, także w kontekście coraz dynamiczniej rozwijającego się systemu medialnego i ekonomicznego, pozwala na zdobycie wiedzy i praktycznych kompetencji dostosowanych do rynkowego otoczenia.

Są to przede wszystkim umiejętności praktyczne dotyczące zarządzania procesem kreatywnym, wykorzystywania kompetencji poszczególnych członków zespołu, określania założeń stojących za poszczególnymi projektami i doprowadzenie do ich realizacji.

Absolwenci dzięki takim umiejętnościom pracować mogą m.in.:

- w agencjach brandingowych,
- w studiach projektowych,
- w studiach graficznych,
- w agencjach reklamowych,
- w mediach tradycyjnych i elektronicznych,
- w filmowych i reklamowych grupach producenckich,
- agencjach interaktywnych,
- firmach zajmujących się rozwojem oprogramowania,
- w szeroko pojętym przemyśle rozrywkowym i kreatywnym.

**3.Zarządzanie strategiczne** - absolwent specjalności zdobywa specjalistyczną wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze strategicznego zarządzania potencjałem wizerunkowym, organizacyjnym i ekonomicznym we współczesnych przedsiębiorstwach, które na stale zmieniającym się rynku orientują się na świadome zarządzanie własnym wizerunkiem. Specyfika współczesnej gospodarki i mediów wymusza na aktorach zorientowanie już nie na długie trwanie, lecz nieustanne i dynamiczne dostosowywanie się do zachodzących zmian.

Absolwent studiów I stopnia jest teoretycznie i praktycznie przygotowany do pracy m.in. w:

- agencjach brandingowych, reklamowych i Public Relations,
- działach firm wszystkich sektorów zajmujących się planowaniem strategicznym i strategią marketingową przedsiębiorstwa,
- firmach konsultingowych świadczących usługi dla firm z sektora MŚP i korporacji w zakresie analizy wewnętrznej i zewnętrznej organizacji, analizy potencjału organizacji czy analiz rynkowych,
- firmach i instytucjach badawczych świadczących usługi w zakresie badań rynku, badań marketingowych czy badań społecznych.

Absolwenci studiów I stopnia będą posiadać kompetencje i umiejętności pozwalające na pełnienie następujących funkcji:

- doradca w zakresie zarządzania wizerunkiem marki/przedsiębiorstwa,
- specjalista zajmujący się planowaniem strategicznym i zarządzaniem wizerunkiem osób publicznych trener/konsultant w zakresie tworzenia i realizowania strategii rozwoju firm z sektora MŚP,
- Brand Manager i specjalista ds. zarządzającego w korporacjach i firmach międzynarodowych.

Absolwenci w trakcie studiów uzyskują także wiedzę związaną z pracą pozostałych komórek organizacyjnych agencji brandingowych, reklamowych czy Public Relations – od razu po wejściu na rynek pracy posiadają więc wiedzę o szczegółowym zakresie pracy poszczególnych jednostek organizacyjnych firm branży kreatywnej. Interdyscyplinarne wykształcenie absolwentów pozwala na pracę zarówno w sektorze firm innowacyjnych, jak i zorientowanych na tradycyjne metody zarządzania.

**PRZEDMIOTY OBOWIĄZKOWE**

<b>Nr</b>	<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>ECTS</b>	<b>Uwagi</b>
1.	Teorie komunikacji	36	6	
2.	Communication design	18	3	
3.	Dyskursy mediów	36	6	
4.	Filozofia	18	3	
5.	Public relations	18	3	
6.	Media relations	18	3	
7.	Branding	18	3	
8.	Socjologia	18	3	
9.	Semiotyka kultury popularnej	18	3	
10.	Retoryka i erystyka	18	3	
11.	Badania empiryczne	18	3	
12.	Prawo autorskie	18	4	
13.	Proces kreatywny	18	3	
14.	Warsztat tekstów użytkowych	18	3	
15.	Komunikacja wizualna	18	6	
16.	Diagnostyka komunikacji	18	2	
17.	Project management	18	4	
18.	Projektowanie graficzne	18	3	
19.	Teamwork i teammanagement	18	3	
20.	Estetyka i design	18	6	
21.	Strategia marki	18	3	
22.	Brand Culture	18	3	
23.	Diagnostyka marki	18	3	
24.	Estetyka	18	4	
25.	Design management	18	4	
26.	Metody prezentacji osobistej	18	2	
27.	Style życia	18	3	
28.	Assesment Center	18	2	
29.	Stylistyka i kultura języka	18	2	
30.	Brand Communication	18	3	
31.	Seminarium licencjackie	36	13	
32.	Psychologia społeczna	18	3	

33.	Copywriting	18	2	
34.	Metody prezentacji danych	18	2	
35.	Myślenie projektowe	18	5	
36.	Kreacja konceptów	18	6	
37.	Zarządzanie marką	18	6	
38.	Customer experience	18	3	
39.	Język obcy	120	12	
40.	Rynek pracy	15	1	

#### PRZEDMIOTY DO WYBORU:

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Techniki promocji i sprzedaży	18	2	
2.	Podstawy projektowania graficznego	18	2	
3.	Projektowanie przestrzeni marki	18	2	
4.	Negocjacje	18	2	
5.	Badania w branding	18	2	
6.	Web design – warsztat	18	2	
7.	Techniki prezentacji ofert	18	2	
8.	Tożsamość i osobowość marki	18	2	
9.	Diagnostyka trendów	18	2	
10.	Systemy identyfikacji wizualnej	18	2	
11.	Projektowanie usług	18	2	
12.	Layouty	18	2	
13.	Design opakowań i produktów	18	2	
14.	Projektowanie produktu	18	2	
15.	Fotografia wizerunkowa i reklamowa	18	2	
16.	Wdrażanie marki	18	2	
17.	Branding – doradztwo	18	2	
18.	Materiałoznawstwo	18	2	
19.	Webdesign i webdevelopment	18	2	
20.	Reklama	18	2	
21.	Ambient media	18	2	
22.	Niestandardowe narzędzia komunikacji marki	18	2	
23.	Media planning	18	2	
24.	Brand design	18	2	
25.	Antropologia wizualna	18	2	

26.	Socjologia wizualna	18	2	
27.	Analiza przekazu audiowizualnego	18	2	
28.	Produkcja i postprodukcja obrazu	18	2	
29.	User xperience design	18	2	
30.	Komunikacja interkulturowa w organizacji	18	2	
31.	Planowanie kampanii	18	2	
32.	Marki luksusowe	18	2	
33.	Employer branding	18	2	
34.	Influencer marketing	18	2	
35.	Event marketing	18	2	
36.	Etykieta w biznesie	18	2	
37.	Researching rynku i informacji	18	2	
38.	Warsztaty słowa i obrazu	18	2	
39.	Most innovative brands	18	2	
40.	Creative writing	18	2	
41.	Niestandardowe techniki badań	18	2	

#### **PRAKTYKI**

**60 godzin**

#### **WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW I UZYSKANIA TYTUŁU ZAWODOWEGO DANEGO KIERUNKU/SPECJALNOŚCI**

Pozytywna ocena egzaminu dyplomowego, polegającego na obronie wcześniej przygotowanego projektu pozostającego w związku z kierunkiem studiów.

#### **INNE WYMAGANIA**

Egzamin z języka obcego na poziomie biegłości B2 Europejskiego Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

**PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: Komunikacja wizerunkowa (reklama, public relations, branding)**  
**SPECJALNOŚĆ: Branding**

**I ROK STUDIÓW**

**semestr 1**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zał
1.	Teorie komunikacji	O	Wykład	18	4	E
2.	Teorie komunikacji	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
3.	Communication design	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
4.	Dyskursy mediów	O	Wykład.	18	4	E
5.	Dyskursy mediów	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
6.	Filozofia	O	ćwiczenia	18	3	Zo
7.	Public relations	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
8.	Branding	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
9.	Socjologia	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
10.	Psychologia społeczna	O	Wykład	18	3	E
11.	Język obcy	O	Lektorat	30	0	Zo
<b>Razem</b>				<b>210</b>	<b>30</b>	-----

**semestr 2**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zał
1.	Semiotyka kultury popularnej	O	Konwers.	18	3	Zo
2.	Retoryka i erystyka	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
3.	Teamwork i teammanagement	O	Warsztat	18	3	Zo
4.	Badania empiryczne	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
5.	Prawo autorskie	O	Konwers	18	4	Zo
6.	Proces kreatywny	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
7.	Warsztat tekstów użytkowych	O	Warsztat	18	3	Zo
8.	Komunikacja wizualna	O	Wykład	18	6	E
9.	Przedmiot opcyjny 1	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
10.	Język obcy	O	Lektorat	30	0	Z
<b>Razem</b>				<b>192</b>	<b>30</b>	-----

**II ROK**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Diagnostyka komunikacji	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
2.	Project management	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
3.	Projektowanie graficzne	O	Warsztat	18	3	Zo
4.	Estetyka i design	O	Wykład	18	4	E
5.	Brand Communication	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
6.	Brand Culture	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
7.	Diagnostyka marki	O	Warsztat	18	3	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 2	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
9.	Przedmiot opcyjny 3	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
10.	Język obcy	O	Lektorat	30	0	Z
11.	Rynek pracy	O	konwersatorium	9	1	Zo
<b>Razem</b>				<b>201</b>	<b>30</b>	-----

**semestr 4**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal
1.	Estetyka	O	Wykład	18	6	E
2.	Design management	O	Warsztat	18	4	Zo
3.	Media relations	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
4.	Style życia	O	Warsztat	18	3	Zo
5.	Assesment Center	O	Warsztat	18	2	Zo
6.	Stylistyka i kultura języka	O	Warsztat	18	2	Zo
7.	Strategia marki	O	Warsztat	18	3	Zo
8.	Customer experience	O	Warsztat	18	3	Zo
9.	Przedmiot opcyjny 4	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 5	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
11.	Język obcy	O	Ćwiczenia	30	0	Zo
<b>Razem</b>				<b>210</b>	<b>30</b>	-----

### III ROK STUDIÓW

#### 5 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
2.	Metody prezentacji osobistej	O	Warsztat	18	2	Zo
3.	Copywriting	O	Warsztat	18	2	Zo
4.	Metody zbierania i prezentacji danych	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
5.	Przedmiot opcyjny 6	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
6.	Przedmiot opcyjny 7	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 8	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
8.	Praktyki zawodowe	O	Praktyki	60	2	Zo
9.	Język obcy			0	8	E
<b>Razem</b>				<b>186</b>	<b>30</b>	-----

#### 6 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	18	9	Zo
2.	Myślenie projektowe	O	Warsztat	18	5	Zo
3.	Kreacja conceptów	O	Ćwiczenia	18	6	Zo
4.	Zarządzanie marką	O	Ćwiczenia	18	6	Zo
5.	Przedmiot opcyjny 9	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
6.	Przedmiot opcyjny 10	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
<b>Razem</b>				<b>108</b>	<b>30</b>	-----