

27 września (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	<i>Typografia i skład</i> s. 8 mgr Radosław Jung	<i>Reklama jako forma komunikacji marki</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
12.50 – 15.05	<i>Typografia i skład</i> s. 9 mgr Radosław Jung	<i>Project management</i> s. 4 mgr Romana Pomianowska	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus		<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik
15.30 – 17.45		<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Project management</i> s.4 mgr Romana Pomianowska	<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik	
18.00 – 20.15					

28 września (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15					
10.25 – 12.40				Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus
12.50 – 15.05				Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska
15.30 – 17.45					
18.00 – 20.15					

4 października (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	CD - kreacja s. 104 dr Klaudia Bracisiewicz		Metody badań komunikacji s. 5 dr Dorota Kokowicz	Diagnostyka marki s. 139 dr Paweł Pawiński	Analiza semiotyczna s. 141 mgr Kaja Wójcik
12.50 – 15.05	CD-planowanie strategiczne s. 104 mgr Mateusz Kowalski	Metody badań komunikacji s. 5 dr Dorota Kokowicz		Analiza semiotyczna s. 141 mgr Kaja Wójcik	Diagnostyka marki s. 139 dr Paweł Pawiński
15.30 – 17.45	Typografia i skład s. 9 mgr Radosław Jung	Analiza semiotyczna s. 5 mgr Kaja Wójcik			
18.00 – 20.15					

5 października (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	CD - doradztwo s. 3 św. Jadwigi 3/4 mgr Bernadeta Biesiadecka	Współczesne teorie komunikacji s. wielka zachodnia dr hab. Agnieszka Węglińska			
10.25 – 12.40	Project management s. 3 św. Jadwigi 3/4 dr Kamil Olender	Reklama jako forma komunikacji marki s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
12.50 – 15.05	Fotografia s. 143 św. Jadwigi 3/4 iasku mgr Agata Grzych	Diagnostyka marki s. 222 dr Paweł Pawiński	Analiza semiotyczna s. 138 mgr Kaja Wójcik	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska	Metody badań komunikacji s. 139 dr Dorota Kokowicz
15.30 – 17.45	Design współczesny s. kam. Zach. dr Katarzyna Płoszaj		Diagnostyka marki s. 222 dr Paweł Pawiński	Metody badań komunikacji s. 139 dr Dorota Kokowicz	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska
18.00 – 20.15					

25 października (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	<i>Typografia i skład</i> s. 9 mgr Radosław Jung	<i>Project mamagement</i> s. 4 mgr Romana Pomianowska	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz	<i>Diagnostyka marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	<i>CD-planowanie strategiczne</i> s. 141 mgr Mateusz Kowalski	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Project mamagement</i> s. 4 mgr Romana Pomianowska	<i>Diagnostyka marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz
15.30 – 17.45	<i>Design współczesny</i> s. 41 e dr Katarzyna Płoszaj	<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik	<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 4 mgr Iwona Gebauer	<i>Analiza semiotyczna</i> s. 5 mgr Kaja Wójcik	
18.00 – 20.15		<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 4 mgr Iwona Gebauer	<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik	<i>Analiza semiotyczna</i> s. 5 mgr Kaja Wójcik	

26 października (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	CD - doradztwo Studio TV mgr Bernadeta Biesiadecka	Współczesne teorie komunikacji s. wielka zachodnia dr hab. Agnieszka Węglińska			
10.25 – 12.40	Project mamagement s. 104 dr Kamil Olender	Reklama jako forma komunikacji marki s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
12.50 – 15.05	Metody badań komunikacji s. 9 mgr Agnieszka Smółka-Dolecka	Metody badań komunikacji s. 141 dr Dorota Kokowicz	Diagnostyka marki s. 138 dr Paweł Pawiński	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus
15.30 – 17.45	Fotografia s. 143 św. Jadwigi 3/4 mgr Agata Grzych	Diagnostyka marki s. 138 dr Paweł Pawiński	Metody badań komunikacji s. 140 dr Dorota Kokowicz	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska
18.00 – 20.15					

15 listopada (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	<i>Design współczesny</i> s. 141 dr Katarzyna Płoszaj	<i>Project mamagement</i> s. 4 mgr Romana Pomianowska	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz	<i>Diagnostyka marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	<i>Design współczesny</i> s. 141 dr Katarzyna Płoszaj	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Project mamagement</i> s. 4 mgr Romana Pomianowska	<i>Diagnostyka marki</i> s. wielka zach. dr Paweł Pawiński	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz
15.30 – 17.45	<i>Project mamagement</i> s. 141 dr Kamil Olender		<i>Project mamagement</i> s. 103 mgr Romana Pomianowska	<i>Projektowanie informacji</i> s. 9 mgr Katarzyna Janik	<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 4 mgr Bartosz Fudali
18.00 – 20.15				<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 4 mgr Bartosz Fudali	<i>Projektowanie informacji</i> s. 9 mgr Katarzyna Janik

16 listopada (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Typografia i skład</i> s. 9 mgr Radosław Jung	<i>Współczesne teorie komunikacji</i> s. wielka zachodnia <i>dr hab. Agnieszka Węglińska</i>			
10.25 – 12.40	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 9 mgr Agnieszka Smółka-Dolecka	<i>Reklama jako forma komunikacji marki</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
12.50 – 15.05	<i>Fotografia</i> s. 143 św. Jadwigi 3/4 mgr Agata Grzych	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz	<i>Diagnostyka marki</i> s. 4 dr Paweł Pawiński	<i>Project mamagement</i> s. 222 mgr Romana Pomianowska	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus
15.30 – 17.45		<i>Diagnostyka marki</i> s. 4 dr Paweł Pawiński	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Project mamagement</i> s. 222 mgr Romana Pomianowska
18.00 – 20.15					

29 listopada (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	CD - kreacja s. 8 dr Klaudia Bracisiewicz	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Analiza semiotyczna s.104 mgr Kaja Wójcik	Metody badań komunikacji s. 138 dr Dorota Kokowicz	Diagnostyka marki s. 141 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	CD - kreacja s. 8 dr Klaudia Bracisiewicz	Analiza semiotyczna s. 104 mgr Kaja Wójcik	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Diagnostyka marki s. 141 dr Paweł Pawiński	Metody badań komunikacji s. 138 dr Dorota Kokowicz
15.30 – 17.45	CD-planowanie strategiczne s. kam. Zach. mgr Mateusz Kowalski	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Iwona Gebauer		Analiza semiotyczna s. 104 mgr Kaja Wójcik
18.00 – 20.15		Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Iwona Gebauer	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik		Analiza semiotyczna s. 104 mgr Kaja Wójcik

30 listopada (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15		Współczesne teorie komunikacji s. wielka zachodnia dr hab. Agnieszka Węglińska			
10.25 – 12.40		Metody badań komunikacji s. 138 dr Dorota Kokowicz	Diagnostyka marki s. 140 dr Paweł Pawiński	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Analiza semiotyczna s. kam. zach mgr Kaja Wójcik
12.50 – 15.05	CD-planowanie strategiczne s. 5 mgr Mateusz Kowalski	Diagnostyka marki s. 4 dr Paweł Pawiński	Metody badań komunikacji s. 138 dr Dorota Kokowicz	Analiza semiotyczna s. kam. zach mgr Kaja Wójcik	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus
15.30 – 17.45	Fotografia Studio TV mgr Agata Grzych			Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 5 mgr Bartosz Fudali
18.00 – 20.15	Metody badań komunikacji s. 9 mgr Agnieszka Smółka-Dolecka			Narzędzia komunikacji marki s. 5 mgr Bartosz Fudali	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik

13 grudnia (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	CD - doradztwo s. 103 mgr Bernadeta Biesiadecka	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Metody badań komunikacji s. 141 dr Dorota Kokowicz	Diagnostyka marki s. 138 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	Project mamagement s. 103 dr Kamil Olender	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska	Diagnostyka marki s. 138 dr Paweł Pawiński	Metody badań komunikacji s. 141 dr Dorota Kokowicz
15.30 – 17.45		Analiza semiotyczna s. 222 mgr Kaja Wójcik	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik		
18.00 – 20.15		Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Analiza semiotyczna s. 222 mgr Kaja Wójcik		

14 grudnia (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15					Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska
10.25 – 12.40	Metody badań komunikacji s. 9 mgr Agnieszka Smółka-Dolecka	Metody badań komunikacji s. 140 dr Dorota Kokowicz	Diagnostyka marki s. 138 dr Paweł Pawiński	Project mamagement s. 104 mgr Romana Pomianowska	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus
12.50 – 15.05	CD - kreacja s. 223 dr Klaudia Bracisiewicz	Diagnostyka marki s. 138 dr Paweł Pawiński	Metody badań komunikacji s. 140 dr Dorota Kokowicz	Kultura marki s. 139 mgr Edyta Kus	
15.30 – 17.45	Design współczesny s. 138 dr Katarzyna Płoszaj			Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	
18.00 – 20.15					

10 stycznia (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	<i>Typografia i skład</i> s. 9 mgr Radosław Jung	<i>Project mamagement</i> s. 104 mgr Romana Pomianowska	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 141 dr Dorota Kokowicz	<i>Diagnostyka marki</i> s. 138 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	<i>CD - kreacja</i> s. 9 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Project mamagement</i> s. 104 mgr Romana Pomianowska	<i>Diagnostyka marki</i> s. 138 dr Paweł Pawiński	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 141 dr Dorota Kokowicz
15.30 – 17.45	<i>Project mamagement</i> s. 9 dr Kamil Olender				<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik
18.00 – 20.15					

11 stycznia (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15		<i>Współczesne teorie komunikacji</i> s. kameralna zachodnia <i>dr hab. Agnieszka Węglińska</i>			
10.25 – 12.40	<i>CD - doradztwo</i> s. 5 mgr Bernadeta Biesiadecka	<i>Reklama jako forma komunikacji marki</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
12.50 – 15.05	<i>CD-planowanie strategiczne</i> s. 222 mgr Mateusz Kowalski	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz	<i>Diagnostyka marki</i> s. 138 dr Paweł Pawiński	<i>Project mamagement</i> s. 104 mgr Romana Pomianowska	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus
15.30 – 17.45	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 9 mgr Agnieszka Smółka-Dolecka	<i>Diagnostyka marki</i> s. 138 dr Paweł Pawiński	<i>Metody badań komunikacji</i> s. 5 dr Dorota Kokowicz	<i>Kultura marki</i> s. 139 mgr Edyta Kus	<i>Project mamagement</i> s. 104 mgr Romana Pomianowska
18.00 – 20.15		<i>Project mamagement</i> s. 104 mgr Romana Pomianowska			

24 stycznia (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	Project mamagement dr Kamil Olender CD-planowanie strategiczne mgr Mateusz Kowalski	Analiza semiotyczna s. 139 mgr Kaja Wójcik	Narzędzia komunikacji marki s. 141 mgr Iwona Gebauer	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Bartosz Fudali
12.50 – 15.05	CD - kreacja dr Klaudia Bracisiewicz CD - doradztwo mgr Bernadeta Biesiadecka s. kameralna zachodnia	Narzędzia komunikacji marki s. 141 mgr Iwona Gebauer	Analiza semiotyczna s. 139 mgr Kaja Wójcik	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Bartosz Fudali	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik
15.30 – 17.45		Analiza semiotyczna s. 138 mgr Kaja Wójcik	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik		
18.00 – 20.15		Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik			

25 stycznia (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15		Współczesne teorie komunikacji s. wielka zachodnia dr hab. Agnieszka Węglińska			
10.25 – 12.40	Metody badań komunikacji s. 9 mgr Agnieszka Smółka-Dolecka	Reklama jako forma komunikacji marki s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
12.50 – 15.05	Fotografia s. 143 św. Jadwigi 3/4 mgr Agata Grzych	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Iwona Gebauer	Analiza semiotyczna s. 5 mgr Kaja Wójcik	Narzędzia komunikacji marki s. 104 mgr Bartosz Fudali
15.30 – 17.45	Fotografia s. 143 św. Jadwigi 3/4 mgr Agata Grzych	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Iwona Gebauer	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 104 mgr Bartosz Fudali	Analiza semiotyczna s. 5 mgr Kaja Wójcik
18.00 – 20.15			Analiza semiotyczna s. 5 mgr Kaja Wójcik		

7 lutego (sobota)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
7.45 – 10.15	Lektoraty				
10.25 – 12.40	<i>Design współczesny</i> Studio TV dr Katarzyna Płoszaj	<i>Analiza semiotyczna</i> s. 5 mgr Kaja Wójcik	<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 104 mgr Iwona Gebauer	<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik	<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 139 mgr Bartosz Fudali
12.50 – 15.05		<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 104 mgr Iwona Gebauer	<i>Analiza semiotyczna</i> s. 5 mgr Kaja Wójcik	<i>Narzędzia komunikacji marki</i> s. 139 mgr Bartosz Fudali	<i>Projektowanie informacji</i> s. 8 mgr Katarzyna Janik
15.30 – 17.45					
18.00 – 20.15					

8 lutego (niedziela)	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15					
10.25 – 12.40		Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 4 mgr Iwona Gebauer	Analiza semiotyczna s. 5 mgr Kaja Wójcik	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Bartosz Fudali
12.50 – 15.05		Narzędzia komunikacji marki s. 4 mgr Iwona Gebauer	Projektowanie informacji s. 8 mgr Katarzyna Janik	Narzędzia komunikacji marki s. 138 mgr Bartosz Fudali	Analiza semiotyczna s. 5 mgr Kaja Wójcik
15.30 – 17.45					
18.00 – 20.15					

