

<b>2 marca</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15				<i>Badanie publiczności marki s. kam. zach mgr Bartłomiej Wiejak</i>			
10.25 – 12.40	<i>Montaż filmowy Studio TV mgr Jędrzej Matejko</i>	<i>Filozofia współczesna s. 4 prof. Marek Bratuń</i>	<i>Komunikacja interkulturowa s. 5 dr hab. Annette Siemes</i>	<i>Antropologia komunikacji s. 141 dr Michał Rydlewski</i>	<i>Badanie publiczności marki s. kam. Zach. mgr Bartłomiej Wiejak</i>	<i>Strategia i zarządzanie marką s. 140 mgr Natalia Czorny</i>	
12.50 – 15.05	<i>Formatowanie w radiu i TV Studio radiowe dr Łukasz Śmigiel</i>	<i>Komunikacja interkulturowa s. 5 dr hab. Annette Siemes</i>	<i>Filozofia współczesna s. 4 prof. Marek Bratuń</i>	<i>Strategia i zarządzanie marką s. 140 mgr Natalia Czorny</i>	<i>Antropologia komunikacji s. 141 dr Michał Rydlewski</i>	<i>Badanie publiczności marki s. kam. Zach. mgr Bartłomiej Wiejak</i>	
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>  <b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						
18.00 – 20.15							

<b>3 marca</b> (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Socjologia wizualna</i> s. 210 dr Dawid Głownia	<i>Paradygmaty komunikowania</i> s. kameralna zachodnia prof. Michael Fleischer		<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 8 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 140 mgr Natalia Czyrny		<i>Antropologia komunikacji</i> s. 141 dr Michał Rydlewski
10.25 – 12.40	<i>Przemysł medialny w Polsce i na świecie</i> s. 4 dr Paweł Baranowski	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 41 e dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Filozofia współczesna</i> s. 139 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. s. 601 Instytut Matematyki mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 141 dr Michał Rydlewski	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 140 mgr Natalia Czyrny
12.50 – 15.05	<i>Wstęp do medioznawstwa</i> s. 141 prof. Katarzyna Konarska	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 41 e dr Klaudia Bracisiewicz		<i>Filozofia współczesna</i> s. 139 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. wlk. Zach. mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 140 dr Paweł Pawiński
15.30 – 17.45					<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 140 dr Paweł Pawiński	<i>Filozofia współczesna</i> s. 139 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 138 mgr Bartłomiej Wiejak
18.00 – 20.15							

<b>16 marca</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Antropologia mediów i komunikacji</i> Studio radiowe dr Michał Rydlewski			<i>Komunikacja reklamowa</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
10.25 – 12.40		<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 5 dr hab. Annette Siemes	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Antropologia komunikacji</i> s. kam. wschodnia dr Michał Rydlewski	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 105 mgr Natalia Czyrny	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 104 mgr Bartłomiej Wiejak
12.50 – 15.05	<i>Formatowanie w radiu i TV</i> Studio radiowe dr Łukasz Śmigiel	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 5 dr hab. Annette Siemes	<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń	<i>Antropologia komunikacji</i> s. kameralna wschodnia dr Michał Rydlewski	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 104 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 105 mgr Natalia Czyrny
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>  <b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						
18.00 – 20.15							

17 marca (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<b>Seminarium magisterskie</b> Prof. Michał Grech s. 223 , Prof. Jacek Grębowiec s. 9, prof. Arkadiusz Lewicki s. 138, dr Patrycja Rozbicka s. 4, prof. Karol Maliszewski s. 5, prof. Katarzyna Konarska s. 103, prof. Adam Szynol s. 104, dr hab. Annette Siemes s. 139, dr Michał Rydlewski s. 141, dr Kamil Olender s. 41 e. Dr Sylwia Dec-Pustelnik studio radiowe , dr Małgorzata Kolankowska studio TV, dr Waldemar Bojakowski s. kam. Zach., dr Dominik Lewiński s. 8						
10.25 – 12.40	<i>Spoleczne i kulturowe oddziaływanie mediów</i> s. 138 dr Małgorzata Kolankowska	<i>Paradygmaty komunikowania</i> s. kameralna zachodnia prof. Michael Fleischer		<i>Badanie publiczności marki</i> s. 5 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 139 mgr Natalia Czyny	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 4 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	<i>Wstęp do medioznawstwa</i> s. kam. Zach. prof. Katarzyna Konarska	<i>Transformation design w komunikacji</i> s. 140 dr hab. Annette Siemes	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 141 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Filozofia współczesna</i> s. 139 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 5 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 4 dr Sylwia Dec-Pustelnik
15.30 – 17.45	<i>Montaż filmowy</i> Studio TV mgr Jędrzej Matejko	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 103 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Transformation design w komunikacji</i> s. 140 dr hab. Annette Siemes	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński	<i>Filozofia współczesna</i> s. 139 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 5 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 141 dr Michał Rydlewski
18.00 – 20.15	<i>Montaż filmowy</i> Studio TV mgr Jędrzej Matejko	<i>Design thinking</i> s. 104 dt Katarzyna Płoszaj				<i>Antropologia komunikacji</i> s. 141 dr Michał Rydlewski	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 5 mgr Bartłomiej Wiejak

<b>6 kwietnia</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Antropologia mediów i komunikacji</i> s. 223 dr Michał Rydlewski			<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. kam. Zach. mgr Natalia Czyrny			<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 141 mgr Bartłomiej Wiejak
10.25 – 12.40	<i>Socjologia wizualna</i> s. 223 dr Dawid Głownia	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 103 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 5 dr Michał Rydlewski	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 141 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. kam. Zach. mgr Natalia Czyrny
12.50 – 15.05	<i>Formatowanie w radiu i TV</i> Studio radiowe dr Łukasz Śmigiel	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 103 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 141 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 5 dr Michał Rydlewski	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. kam. Zach. mgr Natalia Czyrny	<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>  <b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						
18.00 – 20.15							

<b>7 kwietnia</b> (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15		<i>Paradygmaty komunikowania</i> s. kameralna zachodnia prof. Michael Fleischer				<i>Antropologia komunikacji</i> s. 103 dr Michał Rydlewski	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak
10.25 – 12.40		<i>Design thinking</i> s. 104 dt Katarzyna Płoszaj	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. wielka zachodnia dr Katarzyna Zerka	<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 141 dr Paweł Pawiński	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 103 dr Michał Rydlewski
12.50 – 15.05	<i>Wstęp do medioznawstwa</i> s. 4 prof. Katarzyna Konarska	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. 8 mgr Anna Haczkowska	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. wk. zachodnia dr Katarzyna Zerka	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń		<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 141 dr Paweł Pawiński
15.30 – 17.45	<i>Socjologia wizualna</i> s. 210 dr Dawid Głownia	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. 8 mgr Anna Haczkowska	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. 222 Dr Katarzyna Zerka	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 141 dr Paweł Pawiński	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak		<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń
18.00 – 20.15				<i>Antropologia komunikacji</i> s. 103 dr Michał Rydlewski			

<b>20 kwietnia</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Zarządzanie mediami</i> s. 223 mgr Filip Mecner	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. 8 mgr Anna Haczkowska	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. kameralna zach. Dr Katarzyna Zerka	<i>Komunikacja reklamowa</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
10.25 – 12.40	<i>Przemysł medialny w Polsce i na świecie</i> s. 138 dr Paweł Baranowski	<i>Filozofia współczesna</i> s. 103 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr hab. Annette Siemes	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 139 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 140 mgr Natalia Czyrny	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 8 dr Paweł Pawiński	<i>Badanie publiczności marki</i> s. kam. Zach. mgr Bartłomiej Wiejak
12.50 – 15.05	<i>Formatowanie w radiu i TV</i> Studio radiowe dr Łukasz Śmigiel	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr hab. Annette Siemes	<i>Filozofia współczesna</i> s. 103 prof. Marek Bratuń	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 140 mgr Natalia Czyrny	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 139 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Badanie publiczności marki</i> s. kam. Zach. mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 8 dr Paweł Pawiński
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>  <b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						
18.00 – 20.15							

21 kwietnia (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<b>Seminarium magisterskie</b> Prof. Michał Grech s. 223 , Prof Jacek Grębowiec s. 9, prof. Arkadiusz Lewicki s. 138, dr Patrycja Rozbicka s. 4, prof. Karol Maliszewski s. 5, prof. Katarzyna Konarska s. 103, prof. Adam Szynol s. 104, dr hab. Annette Siemes s. 139, dr Michał Rydlewski s. 141, dr Kamil Olender s. 41 e. Dr Sylwia Dec-Pustelnik s. 210 , dr Małgorzata Kolankowska studio radiowe, dr Waldemar Bojakowski s. kam. Zach.						
10.25 – 12.40	<i>Wstęp do medioznawstwa</i> s. 4 prof. Katarzyna Konarska	<i>Paradygmaty komunikowania</i> s. kameralna zachodnia prof. Michael Fleischer			<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr Sylwia Dec- Pustelnik	
12.50 – 15.05	<i>Wstęp do medioznawstwa</i> s. 105 prof. Katarzyna Konarska	<i>Transformation design w komunikacji</i> s. 41 e dr hab. Annette Siemes	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 103 dr Michał Rydlewski	<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr Sylwia Dec- Pustelnik
15.30 – 17.45		<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Transformation design w komunikacji</i> s. 41 e dr hab. Annette Siemes		<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 103 dr Paweł Pawiński	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń
18.00 – 20.15		<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> s. 8 mgr Anna Haczkowska	<i>Design thinking</i> s. 140 dt Katarzyna Płoszaj			<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 103 dr Paweł Pawiński	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak



<b>4 maja (sobota)</b> Zajęcia zdalne	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15				<i>Antropologia komunikacji</i> dr Michał Rydlewski			
10.25 – 12.40	<i>Antropologia mediów i komunikacji</i> dr Michał Rydlewski	<i>Design thinking</i> dt Katarzyna Płoszaj		<i>Filozofia współczesna</i> prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> mgr Bartłomiej Wiejak		
12.50 – 15.05		<i>Design thinking</i> dt Katarzyna Płoszaj		<i>Badanie otoczenia marki</i> mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna</i> prof. Marek Bratuń		
15.30 – 17.45							
18.00 – 20.15					<i>Antropologia komunikacji</i> dr Michał Rydlewski		

<b>5 maja</b> (niedziela) Zajęcia zdalne	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15							
10.25 – 12.40	<i>Socjologia wizualna</i> dr Dawid Głownia	<i>Transformation design w komunikacji</i> dr hab. Annette Siemes	<i>Information research</i> dr Marcin Pielużek			<i>Filozofia współczesna</i> prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> mgr Bartłomiej Wiejak
12.50 – 15.05	<i>Zarządzanie mediami</i> mgr Filip Mecner	<i>Information research</i> dr Marcin Pielużek	<i>Transformation design w komunikacji</i> dr hab. Annette Siemes			<i>Badanie otoczenia marki</i> mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna</i> prof. Marek Bratuń
15.30 – 17.45	<i>Zarządzanie mediami</i> mgr Filip Mecner	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> Mgr Anna Haczkowska	<i>Design thinking</i> dt Katarzyna Płoszaj				<i>Antropologia komunikacji</i> dr Michał Rydlewski
18.00 – 20.15		<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i> Mgr Anna Haczkowska	<i>Design thinking</i> dt Katarzyna Płoszaj				<i>Antropologia komunikacji</i> dr Michał Rydlewski

<b>18 maja (sobota)</b>	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Zarządzanie mediami</i> s. 223 mgr Filip Mecner			<i>Komunikacja reklamowa</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
10.25 – 12.40	<i>Przemysł medialny w Polsce i na świecie</i> s. 223 dr Paweł Baranowski	<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 5 dr hab. Annette Siemes	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 104 dr Michał Rydlewski	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 140 mgr Natalia Czynny
12.50 – 15.05	<i>Formatowanie w radiu i TV</i> Studio radiowe dr Łukasz Śmigiel	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 5 dr hab. Annette Siemes	<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 104 dr Michał Rydlewski	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 140 mgr Natalia Czynny	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>						
18.00 – 20.15	<b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						

<b>19 maja</b> (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<b>Seminarium magisterskie</b> Prof. Michał Grech s. 223 , Prof Jacek Grębowiec s. 9, prof. Arkadiusz Lewicki s. 138 dr Patrycja Rozbicka s. 4, prof. Karol Maliszewski s. 5, prof. Katarzyna Konarska s. 103, prof. Adam Szynol s. 104, dr hab. Annette Siemes s. 139, dr Michał Rydlewski s. 141, dr Kamil Olender s. 41 e. Dr Sylwia Dec-Pustelnik s. 210 , dr Małgorzata Kolankowska studio TV, dr Waldemar Bojakowski s.8.						
10.25 – 12.40	<i>Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów s. 223</i> dr Małgorzata Kolankowska	<i>Paradygmaty komunikowania s. kameralna zachodnia</i> prof. Michael Fleischer		<i>Strategia i zarządzanie marką s. 103</i> mgr Natalia Czyny	<i>Badanie publiczności marki s. 104</i> mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Brand equity – wartość marki s. 139</i> dr Paweł Pawiński	<i>Komunikacja interkulturowa s. 5</i> dr Sylwia Dec-Pustelnik
12.50 – 15.05	<i>Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów s. 103</i> dr Małgorzata Kolankowska	<i>Transformation design w komunikacji s. 41 e</i> dr hab. Annette Siemes	<i>Information research s. 9</i> dr Marcin Pielużek	<i>Badanie publiczności marki s. 104</i> mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna s.</i> prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa s. 5</i> dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Antropologia komunikacji s. 139</i> dr Michał Rydlewski
15.30 – 17.45	<i>Montaż filmowy Studio TV</i> mgr Jędrzej Matejko	<i>Information research s. 9</i> dr Marcin Pielużek	<i>Transformation design w komunikacji s. 41 e</i> dr hab. Annette Siemes	<i>Brand equity – wartość marki s. 5</i> dr Paweł Pawiński	<i>Strategia i zarządzanie marką s. 103</i> mgr Natalia Czyny	<i>Antropologia komunikacji s. 139</i> dr Michał Rydlewski	<i>Badanie otoczenia marki s. 104</i> mgr Bartłomiej Wiejak
18.00 – 20.15	<i>Montaż filmowy Studio TV</i> mgr Jędrzej Matejko	<i>Design thinking s. 41 e</i> dt Katarzyna Płoszaj	<i>Wstęp do medioznawstwa s. 103</i> prof. Katarzyna Konarska			<i>Badanie otoczenia marki s. 104</i> mgr Bartłomiej Wiejak	

<b>1 czerwca</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<i>Zarządzanie mediami</i> s. 223 mgr Filip Mecner			<i>Komunikacja reklamowa</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
10.25 – 12.40	<i>Antropologia mediów i komunikacji</i> s. 223 dr Michał Rydlewski	<i>Filozofia współczesna</i> s. 5 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr hab. Annette Siemes	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak		
12.50 – 15.05	<i>Przemysł medialny w Polsce i na świecie</i> s. 9 dr Paweł Baranowski	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr hab. Annette Siemes	<i>Filozofia współczesna</i> s. 5 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr Sylwia Dec-Pustelnik		
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>  <b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						
18.00 – 20.15							

2 czerwca (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<b>Seminarium magisterskie</b> Prof. Michał Grech s. 223 , Prof Jacek Grębowiec s. 215, prof. Arkadiusz Lewicki s. 210 dr Patrycja Rozbicka gab. 205, prof. Karol Maliszewski gab. 211, prof. Katarzyna Konarska gab. 213, prof. Adam Szynol s. 104, dr hab. Annette Siemes s. 139, dr Michał Rydlewski gab. 208, dr Kamil Olender s. 41 e. Dr Sylwia Dec-Pustelnik s. 138 , dr Małgorzata Kolankowska s. 4, dr Waldemar Bojakowski gab. 212.						
10.25 – 12.40	<i>Socjologia wizualna</i> s. 210 dr Dawid Głownia	<i>Paradygmaty komunikowania</i> s. kameralna zachodnia prof. Michael Fleischer		<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 104 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 139 mgr Natalia Czryny	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 140 dr Sylwia Dec- Pustelnik	
12.50 – 15.05	<i>Antropologia mediów i komunikacji</i> s. 41 e dr Michał Rydlewski	<i>Transformation design w komunikacji</i> Studio TV dr hab. Annette Siemes	<i>Planowanie strategiczne</i> Studio radiowe dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 139 mgr Natalia Czryny	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 104 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Filozofia współczesna</i> s. 141 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 140 dr Sylwia Dec- Pustelnik
15.30 – 17.45	<i>Formatowanie w radiu i TV</i> Studio radiowe dr Łukasz Śmigiel	<i>Planowanie strategiczne</i> Studio radiowe dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Transformation design w komunikacji</i> Studio TV dr hab. Annette Siemes				<i>Filozofia współczesna</i> s. 141 prof. Marek Bratuń
18.00 – 20.15			<i>Design thinking</i> s. 222 dt Katarzyna Płoszaj				

<b>15 czerwca</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15				<i>Komunikacja reklamowa</i> s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski			
10.25 – 12.40	<i>Antropologia mediów i komunikacji</i> s. 41 e dr Michał Rydlewski	<i>Filozofia współczesna</i> s.4 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 5 dr hab. Annette Siemes	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 139 mgr Natalia Czorny	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 140 mgr Bartłomiej Wiejak
12.50 – 15.05	<i>Przemysł medialny w Polsce i na świecie</i> Studio TV dr Paweł Baranowski	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 5 dr hab. Annette Siemes	<i>Filozofia współczesna</i> s. 4 prof. Marek Bratuń	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 104 dr Paweł Pawiński	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 103 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 140 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 139 mgr Natalia Czorny
15.30 – 17.45	<b>Lektoraty</b>  <b>godz. 15.10-17.25 gr 1</b> <b>godz. 17.30-19.45 gr 2</b>						
18.00 – 20.15							

<b>16 czerwca</b> (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<b>Seminarium magisterskie</b> Prof. Michał Grech gab. 205 , Prof Jacek Grębowiec s. 215, prof. Arkadiusz Lewicki s. 210, dr Patrycja Rozbicka gab. 205, prof. Karol Maliszewski gab. 211, prof. Katarzyna Konarska gab. 213, prof. Adam Szynol s. 104, dr hab. Annette Siemes s. 139, dr Michał Rydlewski gab. 208, dr Kamil Olender s. 41 e. Dr Sylwia Dec-Pustelnik s. 138 , dr Małgorzata Kolankowska s. 5, dr Waldemar Bojakowski gab. 212.						
10.25 – 12.40	<i>Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów</i> s. 5 dr Małgorzata Kolankowska		<i>Design thinking</i> s. 103 dt Katarzyna Płoszaj	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 104 mgr Natalia Czyrny	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 140 dr Sylwia Dec-Pustelnik	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 141 dr Paweł Pawiński
12.50 – 15.05	<i>Wstęp do medioznawstwa</i> s. 41 e prof. Katarzyna Konarska	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 210 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Badanie publiczności marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Strategia i zarządzanie marką</i> s. 104 mgr Natalia Czyrny	<i>Filozofia współczesna</i> s. 141 prof. Marek Bratuń	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 140 dr Sylwia Dec-Pustelnik
15.30 – 17.45		<i>Planowanie strategiczne</i> s. 210 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Information research</i> s. 8 dr Marcin Pielużek	<i>Filozofia współczesna</i> s. 141 prof. Marek Bratuń		<i>Antropologia komunikacji</i> s. 140 dr Michał Rydlewski	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak
18.00 – 20.15						<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 139 mgr Bartłomiej Wiejak	



<b>29 czerwca</b> (sobota)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15				<i>Komunikacja reklamowa s. wielka zachodnia dr Paweł Baranowski</i>			
10.25 – 12.40	<i>Przemysł medialny w Polsce i na świecie s. 139 dr Paweł Baranowski</i>		<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych s. 3 Biblioteka na Piasku Ul. Św. Jadwigi 3/4 dr Katarzyna Zerka</i>	<i>Komunikacja interkulturowa s. 5 dr Sylwia Dec- Pustelnik</i>	<i>Antropologia komunikacji s. 103 dr Michał Rydlewski</i>	<i>Brand equity – wartość marki s. 140 dr Paweł Pawiński</i>	<i>Strategia i zarządzanie marką s. 104 mgr Natalia Czynny</i>
12.50 – 15.05	<i>Socjologia wizualna s. 210 dr Dawid Głownia</i>		<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych s. 3 Biblioteka na Piasku Ul. Św. Jadwigi 3/4 dr Katarzyna Zerka</i>	<i>Antropologia komunikacji s. 103 dr Michał Rydlewski</i>	<i>Komunikacja interkulturowa s. 5 dr Sylwia Dec- Pustelnik</i>	<i>Strategia i zarządzanie marką s. 104 mgr Natalia Czynny</i>	<i>Filozofia współczesna s. 139 prof. Marek Bratuń</i>
15.30 – 17.45						<i>Antropologia komunikacji s. 41 e dr Michał Rydlewski</i>	
18.00 – 20.15							

30 czerwca (niedziela)	Grupa 1 <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna sp. audiowizualna</i>	Grupa 1 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 2 <i>komunikacja wizerunkowa communication design</i>	Grupa 3 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 4 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 5 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>	Grupa 6 <i>komunikacja wizerunkowa branding</i>
8.00 – 10.15	<b>Seminarium magisterskie</b> Prof. Michał Grech gab. 205 , Prof Jacek Grębowiec s. 215, prof. Arkadiusz Lewicki s. 210, dr Patrycja Rozbicka gab. 205, prof. Karol Maliszewski gab. 211, prof. Katarzyna Konarska gab. 213, prof. Adam Szynol s. 104, dr hab. Annette Siemes s. 139, dr Michał Rydlewski gab. 208, dr Kamil Olender s. 41 e. Dr Sylwia Dec-Pustelnik s. 138 , dr Małgorzata Kolankowska s. 4, dr Waldemar Bojakowski gab. 212.						
10.25 – 12.40	<i>Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów</i> s. 210 dr Małgorzata Kolankowska	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 4 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Design thinking</i> s. 5 dt Katarzyna Płoszaj	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 103 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 140 dr Paweł Pawiński	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr Sylwia Dec-Pustelnik	
12.50 – 15.05	<i>Montaż filmowy</i> Studio TV mgr Jędrzej Matejko	<i>Design thinking</i> s. 5 dt Katarzyna Płoszaj	<i>Planowanie strategiczne</i> s. 5 dr Klaudia Bracisiewicz	<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń	<i>Badanie otoczenia marki</i> s. 103 mgr Bartłomiej Wiejak	<i>Antropologia komunikacji</i> s. 139 dr Michał Rydlewski	<i>Komunikacja interkulturowa</i> s. 104 dr Sylwia Dec-Pustelnik
15.30 – 17.45				<i>Brand equity – wartość marki</i> s. 139 dr Paweł Pawiński	<i>Filozofia współczesna</i> s. 140 prof. Marek Bratuń		<i>Antropologia komunikacji</i> s. dr Michał Rydlewski
18.00 – 20.15							