

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

Studia stacjonarne

II stopnia (magisterskie)

SPECJALNOŚĆ: branding

PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2016/2017

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 dynamicznie 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 szczebla 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

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Osobowość medialna marki - warsztat	30	5	
2.	Komunikacja w organizacji	30	5	
3.	Ekonomia i rynek - warsztat	15	4	
4.	Sektory kreatywne a prawo - warsztat	15	4	
5.	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	30	5	
6.	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	30	3	
7.	Diagnostyka trendów w komunikacji	30	4	
8.	Komunikacja interkulturowa	30	4	
9.	Information research	30	3	
10.	Web design	30	3	
11.	Filozofia współczesna	30	4	
12.	Strategia zarządzania marką	15	4	

13.	Reklama i komunikowanie marki	15	4	
14.	Design zintegrowany	30	4	
15.	Praktyka projektowa w branding	30	4	
16.	Semiotyka i proksemika	30	5	
17.	User Experience Design	30	5	
18.	Storytelling	30	5	
19.	Projekt specjalnościowy	30	8	
20.	Seminarium magisterskie	90	21	
21.	Język obcy	60	4	
22.	Wychowanie fizyczne	30	1	
23.	Przedsiębiorczość	15	1	

PRZEDMIOTY DO WYBORU

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Design informacji	30	2	
2.	Projektowanie przestrzeni marki	30	2	
3.	Badania ilościowe i jakościowe	30	2	
4.	Researching rynku i informacji	30	2	
5.	Teksty wizerunkowe	30	2	
6.	Projektowanie usług	30	2	
7.	Filmy reklamowe i wizerunkowe	30	2	
8.	Projektowanie produktu	30	2	
9.	Zarządzanie marką	30	2	
10.	Komunikacja wizualna	30	2	
11.	Personal branding	30	2	
12.	Niestandardowe techniki i metody badania marek	30	2	

WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW I UZYSKANIA TYTUŁU ZAWODOWEGO DANEGO KIERUNKU/SPECJALNOŚCI/SPECJALIZACJI

Pozytywna ocena egzaminu magisterskiego oraz obrony 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****POZIOM: II****I ROK****1 semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1	Osobowość medialna marki - warsztat	O	Ćwiczenia	30	5	Z/o
2	Komunikacja w organizacji	O	Ćwiczenia	30	5	Z/o
3	Ekonomia i rynek – warsztat	O	Warsztat	15	4	Z/o
4	Sektory kreatywne a prawo - warsztat	O	Konwersat.	15	4	Z/o
5	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	O	Ćwiczenia	30	5	Z/o
6	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	O	Warsztat	30	3	Z/o
7	Diagnostyka trendów w komunikacji	O	Konwersatorium	30	4	Z/o
8	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Z/o
Razem				240	30	-----

2 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1	Komunikacja interkulturowa	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
2	Information research	O	Konwersat.	30	3	Z/o
3	Webdesign	O	Ćwiczenia	30	3	Z/o
4	Filozofia współczesna	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
5	Strategia i zarządzanie marką	O	Ćwiczenia	15	4	Z/o
6	Reklama i komunikowanie marki	O	Warsztat	15	3	Z/o
7	Seminarium magisterskie	O	Seminarium	30	2	Z/o
8	Przedmiot opcyjny I	F	Ćwiczenia	30	2	Z/o
9	Wychowanie fizyczne	O	Ćwiczenia	30	1	Z/o
10	Język obcy	O			4	E
Razem				240	30	-----

II ROK STUDIÓW

3 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Design zintegrowany	O	warsztat	30	4	Z/o
2	Praktyka projektowa w branding	O	warsztat	30	4	Z/o
3	Semiotyka i proksemika	O	ćwiczenia	30	4	Z/o
4	Projekt specjalnościowy	O	warsztat	15	4	Z/o
5	Seminarium magisterskie	O	seminarium	30	9	Z/o
6	Przedsiębiorczość	O	konwersatorium	15	1	Z/o
7	Przedmiot opcyjny II	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
8	Przedmiot opcyjny III	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
Razem				210	30	-----

4 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Projekt specjalnościowy	O	warsztat	15	4	Z/o
2	User Experience Design	O	warsztat	30	5	Z/o
3	Storytelling	O	warsztat	30	5	Z/o
4	Seminarium magisterskie	O	seminarium	30	10	Z/o
5	Przedmiot opcyjny IV	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
6	Przedmiot opcyjny V	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
7	Przedmiot opcyjny VI	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
Razem				195	30	-----