

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

Studia stacjonarne

I stopnia (licencjackie)

SPECJALNOŚĆ: branding

PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2019/2020

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 branding. 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 branding. 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 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.	Teorie komunikacji	60	6	
2.	Communication design	30	3	
3.	Dyskursy mediów	60	6	
4.	Filozofia	30	3	
5.	Public relations	30	3	
6.	Media relations	30	3	
7.	Branding	30	3	
8.	Socjologia	30	3	
9.	Semiotyka kultury popularnej	30	3	
10.	Retoryka i erystyka	30	3	
11.	Badania empiryczne	30	3	
12.	Prawo autorskie	30	4	
13.	Proces kreatywny	30	3	
14.	Warsztat tekstów użytkowych	30	3	
15.	Komunikacja wizualna	30	4	
16.	Diagnostyka komunikacji	30	4	
17.	Project management	30	4	
18.	Projektowanie graficzne	30	3	
19.	Teamwork i teammanagement	30	3	
20.	Estetyka i design	30	3	
21.	Strategia marki	30	3	
22.	Brand Culture	30	3	
23.	Diagnostyka marki	30	3	
24.	Estetyka	30	4	
25.	Design management	30	4	
26.	Metody prezentacji osobistej	30	3	
27.	Propaganda i zasady komunikowania perswazyjnego	30	3	
28.	Style życia	30	3	
29.	Assesment Center	30	2	
30.	Stylistyka i kultura języka	30	2	
31.	Brand Communication	30	3	
32.	Seminarium licencjackie	60	13	
33.	Psychologia społeczna	30	3	
34.	Copywriting	30	2	
35.	Metody zbierania i prezentacji danych	30	2	
36.	Przygotowanie i prezentacja projektu	30	4	

37.	Myślenie projektowe	30	3	
38.	Kreacja konceptów	30	3	
39.	Design informacji	30	4	
40.	Zarządzanie marką	30	4	
41.	Customer experience	30	2	
42.	Język obcy	180	8	
43.	Wychowanie fizyczne	60	0	
44.	Rynek pracy	15	1	

PRZEDMIOTY DO WYBORU:

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Techniki promocji i sprzedaży	30	2	
2.	Podstawy projektowania graficznego	30	2	
3.	Projektowanie przestrzeni marki	30	2	
4.	Negocjacje	30	2	
5.	Badania w branding	30	2	
6.	Web design – warsztat	30	2	
7.	Techniki prezentacji ofert	30	2	
8.	Tożsamość i osobowość marki	30	2	
9.	Diagnostyka trendów	30	2	
10.	Systemy identyfikacji wizualnej	30	2	
11.	Projektowanie usług	30	2	
12.	Layouty	30	2	
13.	Design opakowań i produktów	30	2	
14.	Projektowanie produktu	30	2	
15.	Fotografia wizerunkowa i reklamowa	30	2	
16.	Wdrażanie marki	30	2	
17.	Branding – doradztwo	30	2	
18.	Materiałoznawstwo	30	2	
19.	Webdesign i webdevelopment	30	2	
20.	Reklama	30	2	
21.	Ambient media	30	2	
22.	Niestandardowe narzędzia komunikacji marki	30	2	
23.	Media planning	30	2	
24.	Brand design	30	2	
25.	Antropologia wizualna	30	2	
26.	Socjologia wizualna	30	2	

27.	Analiza przekazu audiowizualnego	30	2	
28.	Produkcja i postprodukcja obrazu	30	2	
29.	User xperience design	30	2	
30.	Komunikacja interkulturowa w organizacji	30	2	
31.	Planowanie kampanii	30	2	
32.	Marki luksusowe	30	2	
33.	Emplyer branding	30	2	
34.	Influencer marketing	30	2	
35.	Event marketing	30	2	
36.	Etykieta w biznesie	30	2	
37.	Researching rynku i informacji	30	2	
38.	Warsztaty słowa i obrazu	30	2	
39.	Most innovative brands	30	2	
40.	Creative writing	30	2	
41.	Niestandardowe techniki badań	30	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 zaliczenia
1.	Teorie komunikacji	O	Wykład	30	4	E
2.	Teorie komunikacji	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
3.	Communication design	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
4.	Dyskursy mediów	O	Wykład.	30	4	E
5.	Dyskursy mediów	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
6.	Filozofia	O	ćwiczenia	30	3	Zo
7.	Public relations	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
8.	Branding	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
9.	Socjologia	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
10.	Psychologia społeczna		Wykład	30	3	E
11.	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Zo
Razem				360	30	-----

semestr 2

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Semiotyka kultury popularnej	O	Konwers.	30	3	Zo
2.	Retoryka i erystyka	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
3.	Teamwork i teammanagement	O	Warsztat	30	3	Zo
4.	Badania empiryczne	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
5.	Prawo autorskie	O	Konwers	30	4	Zo
6.	Proces kreatywny	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
7.	Warsztat tekstów użytkowych	O	Warsztat	30	3	Zo
8.	Komunikacja wizualna	O	Wykład	30	4	E
9.	Przedmiot opcyjny 1	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 2	F	ćwiczenia	30	2	Zo
11.	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Z
Razem				360	30	-----

II ROK

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Diagnostyka komunikacji	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
2.	Project management	O	Konwers.	30	4	Zo
3.	Projektowanie graficzne	O	Warsztat	30	3	Zo
4.	Estetyka i design	O	Wykład	30	4	E
5.	Brand Communication	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
6.	Brand Culture	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
7.	Diagnostyka marki	O	Warsztat	30	3	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 3	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
9.	Przedmiot opcyjny 4	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
10.	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Z
11.	Wychowanie fizyczne	O	Ćwiczenia	30	0	Zo
12.	Rynek pracy	O	Konwersatorium	15	1	Zo
Razem				375	30	-----

semestr 4

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Estetyka	O	Wykład	30	4	E
2.	Design management	O	Warsztat	30	4	Zo
3.	Media relations	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
4.	Propaganda i zasady komunikowania perswazyjnego	O	Konwers.	30	3	Zo
5.	Style życia	O	Warsztat	30	3	Zo
6.	Assesment Center	O	Warsztat	30	2	Zo
7.	Stylistyka i kultura języka	O	Warsztat	30	2	Zo
8.	Strategia marki	O	Warsztat	30	3	Zo
9.	Customer experience	O	Warsztat	30	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 5	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
11.	Przedmiot opcyjny 6	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
12.	Wychowanie fizyczne	O	Ćwiczenia	30	0	Zo
Razem				360	30	-----

III ROK STUDIÓW

5 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	30	5	Zo
2.	Metody prezentacji osobistej	O	Warsztat	30	3	Zo
3.	Copywriting	O	Warsztat	30	2	Zo
4.	Metody zbierania i prezentacji danych	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
5.	Przedmiot opcyjny 7	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
6.	Przedmiot opcyjny 8	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 9	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 10	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
9.	Praktyki zawodowe	O		60	2	Zo
10.	Język obcy				8	E
Razem				300	30	-----

6 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zal.
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	30	8	Zo
2.	Przygotowanie i prezentacja projektu	O	Konwers.	30	4	Zo
3.	Myślenie projektowe	O	Warsztat	30	3	Zo
4.	Kreacja konceptów	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
5.	Design informacji	O	Warsztat	30	4	Zo
6.	Zarządzanie marką	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 11	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 12	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
Razem				240	30	-----