Plan studiów obowiązujący od roku akademickiego 2016/2017

ZATWIERDZAM:
PROREKTOR
prof. dr hab. Barbara Hlibowicka-Węglarz
data, podpis i pieczęć prorektora

KIERUNEK: **ZARZĄDZANIE**
Specjalność studiów: **Zarządzanie marką i wizerunkiem firmy**
Poziom studiów: studia II stopnia
Profil studiów: ogólnoakademicki
Forma studiów: stacjonarne

Lp.	Nazwa modułu (przedmiotu)	Punkty ECTS	Wymiar godzin (łączny)						Rok I													Rok II												
				Rodzaj zaj.					1							2							3							4					
			Razem	WY	CA	LB	KW	SM	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS
Blok modułów (przedmiotów specjalnościowych) - BS																																			
1	Stategie marketingowe	8	60	30	30																		30	30				E	8						
2	Kreowanie silnej marki	6	30	15	15																		15	15				E	6						
3	Zarządzanie relacjami z klientem	3	15	15	0																									15					Z	3
4	Public relations i corporate identity	3	30	15	15																									15	15				E	3
5	Zarządzanie marką terytorialną	2	15	15	0																									15					Z	2
6	Strategie cenowe marek	2	15	15	0																									15					Z	2
7	Plan marketingowy	2	15	0	15																										15				Z	2
Razem A		**26**	**180**	**105**	**75**																		**45**	**45**	**0**	**0**	**0**		**14**	**60**	**30**	**0**	**0**	**0**		**12**
Razem godziny w semestrze																							**90**							**90**						
Punkty ECTS w semestrze																							**14**							**12**						

D Z I E K A N
dr hab. Zbigniew Pastuszak prof. nadzw.
data, podpis i pieczęć dziekana

Zatwierdzono na posiedzeniu Rady Wydziału w dniu: 18.02.2016

ZATWIERDZAM:

Symbole: WY-wykład, CA-ćwiczenia, LB-labolatorium, KW-konwersatorium, SM-seminarium
E - egzamin
Z - zaliczenie z oceną

MHd