

Plan studiów podyplomowych obowiązujący od roku akademickiego 2020/21

KIERUNEK: Public relations i marketing medialny

Forma studiów: niestacjonarne

Lp.	Nazwa modułu (przedmiotu)	Forma zal.	Punkty ECTS	Wymiar godzin					Rok I															
				Razem	Rodzaj zaj.					1					2									
					WY	CA	LB	KW	SM	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	
1	Reklama	egz.	2	20	10	10	0	0	0	10	10						2							
2	Copywriting	zal.	2	30	0	0	30	0	0										30					2
3	Marketing	egz.	4	20	10	10	0	0	0	10	10						4							
4	Marketing on-line	egz.	4	30	10	20	0	0	0									10	20					4
5	Komunikacja wizualna	zal.	2	20	0	20	0	0	0		20						2							
6	Tworzenie strategii PR	egz.	4	30	0	30	0	0	0										30					4
7	PR w projektach międzynarodowych	zal.	4	20	0	20	0	0	0		20						4							
8	Media relations	zal.	4	20	0	20	0	0	0		20						4							
9	Team work	zal.	2	20	0	20	0	0	0										20					2
10	Komunikacja kryzysowa	zal.	2	30	0	30	0	0	0		30						2							
Razem			30	240	30	180	30	0	0	20	110	0	0	0		18	10	70	30	0	0		12	
Razem godziny w semestrze										130					110									
Punkty ECTS w semestrze										18					12									

Symbole: WY-wykład, CA-ćwiczenia, LB-laboratorium, KW-konwersatorium, SM-seminarium

W przypadku studiów 1,5-letnich i 2-letnich należy dodać odpowiednią ilość kolumn. Liczbę wierszy można zwiększać w zależności od potrzeb.