

Plan studiów obowiązujący od roku akademickiego 2022/2023

Załącznik nr 12.2 do Uchwały Senatu Nr XXV – 17.8/22 z dnia 25 maja 2022 r.

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

prof. dr hab. Dorota Kołodyńska

Lp.	Nazwa modułu (przedmiotu)	Rodzaj	Punkty ECTS	Wymiar godzin (łącznie)										Rok I										Rok II										
				Razem	Rodzaj zaj.					1					2					3					4									
					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	
Blok modułów (przedmiotów specjalnościowych) - BS																																		
1	Strategie marketingowe		6	60	30	30														30	30				E	6								
2	Zarządzanie relacjami z klientem	BN	4	15	15															15					ZO	4								
3	Analityka marketingowa		4	15	15															15					ZO	4								
4	Kreowanie silnej marki	BN	6	45	30	15																					30	15				E	6	
5	Public relations i tożsamość przedsiębiorstwa	BN	5	30	15	15																					15	15				ZO	5	
6	Pozycjonowanie cenowe marek		2	15	15																						15					ZO	2	
Razem A			27	180	120	60														60	30					14	60	30					1	
Razem godziny w semestrze																				90										90				
Punkty ECTS w semestrze																				14										13				

Zatwierdzono na posiedzeniu Senatu w dniu:

25 maja 2022 r.

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

E - egzamin

ZO - zaliczenie z oceną

BN - zajęcia związane z prowadzonymi przez jednostkę badaniami naukowymi - konieczność oznaczenia tylko w przypadku kierunków o profilu ogólnoakademickim