Plan studiów obowiązujący od roku akademickiego 2023/2024

Załącznik Nr 10.2 do Uchwały Senatu Nr XXV-25.8/23 z dnia 26 kwietnia 2023 r.

KIERUNEK: **ZARZĄDZANIE**

Specjalność studiów: **Zarządzanie marką i wizerunkiem firmy**

Poziom studiów: studia II stopnia

Profil studiów: ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Lp.	Nazwa modułu (przedmiotu)	Rodzaj	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	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**					**13**
Razem godziny w semestrze																								**90**							**90**						
Punkty ECTS w semestrze																								**14**							**13**						

Zatwierdzono na posiedzeniu Senatu w dniu: **26 kwietnia 2023 r.**

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

E - egzamin

ZO - zaliczenie z oceną

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