

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ I PUBLIC RELATIONS

Lp.	Nazwa przedmiotu	Wykład (liczba godzin)	Ćwiczenia/ Seminaria (liczba godzin)	Laboratorium/ Pracownia (liczba godzin)	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
1	2	3	4	5	6	7
Semestr I i Semestr II						
1.	Podstawy marketingu	8			Zal/o	3
2.	Zintegrowana komunikacja marketingowa	6			Zal/o	3
3.	Badania marketingowe i realizacja badań opinii publicznej		8		Zal/o	2
4.	Organizacja działań public relations	6			Zal/o	3
5.	Strategie public relations	8			Zal/o	3
6.	Corporate Social Responsibility		6		Zal/o	2
7.	Media relations		8		Zal/o	2
8.	Komunikacja wewnętrzna w organizacjach		6		Zal/o	2
9.	Event marketing		8		Zal/o	2
10.	Influencer marketing		8		Zal/o	2
11.	Personal branding		6		Zal/o	2
12.	Employer branding i advocacy		6		Zal/o	2
13.	Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach		6		Zal/o	2
14.	Prawo mediów	8			Zal/o	3
15.	Analiza zawartości mediów		6		Zal/o	2
16.	Kampanie w social media		8		Zal/o	2
17.	Optymalizacja profilu społecznościowego		6		Zal/o	2
18.	Video w internecie			6	Zal/o	1
19.	Niestandardowe narzędzia promocji	6			Zal/o	3
20.	Wystąpienia publiczne			6	Zal/o	1
21.	Zarządzanie reputacją firmy w sytuacjach kryzysowych		8		Zal/o	2
22.	Pomiar efektywności działań komunikacyjnych		6		Zal/o	2
23.	Zajęcia praktyczne w telewizji			8	Zal/o	1
24.	Techniki wymowy i emisji głosu			6	Zal/o	1
25.	Wizualizacja			8	Zal/o	1
26.	Komunikacja po pandemii		6		Zal/o	2
27.	Dezinformacja w mediach. Fake news i deepfake		6		Zal/o	2
28.	Podstawy cyberbezpieczeństwa		6		Zal/o	2
29.	Fotografia w nowych mediach			6	Zal/o	1
30.	Podstawy politycznego public relations		6		Zal/o	2
Razem rok		202				60