

studia stacjonarne II stopnia, kierunek: zarządzanie kulturą i mediami, specjalność: Zarządzanie reklamą

przedmiot	wykład z elementami konwersatorium	ćwiczenia / konwersatorium	godziny łącznie	rok I				rok II				forma zaliczenia						
				semestr I		semestr II		semestr I		semestr II								
				wykład	ćwiczenia	ECTS	wykład	ćwiczenia	ECTS	wykład	ćwiczenia		ECTS					
Bezpieczeństwo i higiena pracy													0					
Język angielski B2+		60	60		30	1		30	2						egzamin			
Nowe trendy w zarządzaniu	30	30	60					30		30	5				egzamin			
Zarządzanie strategiczne	30	30	60						30		30	5			egzamin			
Wykład monograficzny	90		90	30		2	30		2	30		2			zaliczenie na ocenę			
Komunikacja wizualna	30		30	30		4									egzamin			
Zarządzanie zasobami ludzkimi	30		30	30		4									egzamin			
Seminarium magisterskie		90	90					30	4		30	4		30	11	zaliczenie na ocenę		
Fotografia reklamowa	30		30				30		4							zaliczenie na ocenę		
Praktyka		90	90					90	4							zaliczenie		
Społeczeństwo obywatelskie	30		30							30		3				zaliczenie na ocenę		
Prawo autorskie	30		30							30		3				zaliczenie na ocenę		
Ochrona i zarządzanie dziedzictwem kulturowym	30	30	60	30	30	5										zaliczenie na ocenę + egzamin		
Zarządzanie projektami		30	30								30	3				zaliczenie na ocenę		
Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym	30		30							30		4				zaliczenie na ocenę		
Trendy zmian w kulturze		30	30											30		4	zaliczenie na ocenę	
Prawo pracy i zamówienia publiczne	30		30										30			4	zaliczenie na ocenę	
Zarządzanie jakością	30		30										30			4	egzamin	
Zarządzanie w Internecie	30		30										30			3	zaliczenie na ocenę	
Podstawy reklamy	30	30	60	30	30	6											zaliczenie na ocenę + egzamin	
Antropologia kulturowa i etnografia	30	30	60	30	30	6											zaliczenie na ocenę + egzamin	
Typy i struktury rynków medialnych	30	30	60	30	30	6											zaliczenie na ocenę + egzamin	
Prawo i etyka reklamy	30		30	30		3											zaliczenie na ocenę	
Etyka zarządzania kulturą	30		30	30		3											zaliczenie na ocenę	
Etyka zarządzania mediami	30		30	30		3											zaliczenie na ocenę	
Projektowanie portfolio		30	30		30	3											zaliczenie na ocenę	
Zarządzanie kulturą w organizacjach pozarządowych		30	30		30	3											zaliczenie na ocenę	
Zarządzanie organizacjami sektora prywatnego		30	30		30	3											zaliczenie na ocenę	
Zarządzanie agencją reklamową		30	30					30	3								zaliczenie na ocenę	
Wielokulturowość i zarządzanie	30		30				30		3								zaliczenie na ocenę	
Nowe trendy zarządzania mediami	30		30				30		3								zaliczenie na ocenę	
Psychologia przekazu medialnego i reklamowego	30		30				30		3								egzamin	
Polityka kulturalna i strategia rozwoju kultury w Polsce	30		30				30		3								egzamin	
Analiza audytoriów medialnych	30		30				30		3								egzamin	
Neuromarketing	30	30	60				30	30	6								zaliczenie na ocenę	
Autoprezentacja i protokoł dyplomatyczny		30	30					30	3								zaliczenie na ocenę	
Zarządzanie mediami - analiza przypadków		30	30					30	3								zaliczenie na ocenę	
Partnerstwo menedżer-artysta	30		30				30		3								zaliczenie na ocenę	
Zarządzanie portalami społecznościowymi i informacyjnymi	30		30				30		3								zaliczenie na ocenę	
Warsztaty reklamy		30	30							30	5						egzamin	
Polityka kulturalna państw UE	30		30							30	5						egzamin	
Polityka medialna państw UE	30		30							30	5						egzamin	
Język reklamy	30		30										30				4	zaliczenie na ocenę
Turystyka kulturowa	30		30										30				4	zaliczenie na ocenę
Strategie organizacji mediów	30		30										30				4	zaliczenie na ocenę