

3-letnie studia licencjackie ▮ specjalność: Strategia reklamy i PR

▮ kierunek: Dziennikarstwo i komunikacja społeczna



I sem.	II sem.	III sem.	IV sem.	V sem.	VI sem.
REKLAMA		PR / MEDIA		DZIENNIKARSTWO	
Gospodarka rynkowa	Marketing	Prawo mediów i reklamy [E]	Psychologia mediów i reklamy	Wiedza o kulturze [E]	Współczesne systemy polityczne [E]
Strategia reklamy	Promocja	Etyka mediów, reklamy i problemy konsumpcjonizmu [E]	Strategie PR [E]	Gatunki dziennikarskie [E]	Systemy medialne na świecie
Reklama drukowana	Reklama radiowa	Innowacyjne działania promocyjne	Marketing polityczny	Źródła informacji dla dziennikarza	Retoryka praktyczna i erystyka
Reklama audiowizualna	Reklama internetowa	Badania mediów i reklamy	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Historia sztuki	Historia Polski [E]
Produkcja reklamy	Strategia marki	Planowanie mediów	Zarządzanie, ekonomika i organizacja firmy	Literatura powszechna	Literatura polska
Trening kreatywności	Zarządzanie projektami	Warsztaty negocjacyjne	Planowanie kariery zawodowej	Historia reklamy z el. hist. gosp.-polit.	Podstawy kompozycji i typografii
Plener reklamowy	Plener reklamowy	Plener medialny	Plener medialny	Plener dziennikarski	Plener dziennikarski
-	-	-	-	Warsztaty dziennikarskie z el. copywritingu	Warsztaty dziennikarskie z el. scenopisarstwa
Język mediów	Studio radiowe	Rynek mediów i reklamy	Studio telewizyjne	Elementy socjologii	Dziennikarstwo prasowe/internetowe
Komunikacja społeczna [E]	Kultura języka [E]	Media lokalne i środowiskowe	Historia mediów i dziennikarstwa [E]	Filozofia z elementami logiki [E]	Ochrona własności intelektualnej [E]
-	-	-	Proseminarium licencjackie i metodyka pisania pr. Lic.	Seminarium licencjackie	Seminarium licencjackie
Język angielski	Język angielski	Język angielski	Język angielski	Język angielski (fakultatywnie)	Język angielski (fakultatywnie)
Technologie informacyjne*	Technologie informacyjne	Technologie informacyjne	Technologie informacyjne (fakultatywnie)	Technologie informacyjne (fakultatywnie)	Technologie informacyjne (fakultatywnie)

*Technologie informacyjne obejmują narzędziową naukę nie tylko edytorów tekstu i programów biurowych, ale także graficznych i montażowych, wykorzystywanych w branży reklamowej i współczesnym dziennikarstwie; zestaw przedmiotów informatycznych (do wyboru) obejmuje m.in. PhotoShop / fotomanipulacje, PhotoShop / przygotowanie do druku, PhotoShop / fotoedycja, FinalCut / montaż, FinalCut / SFX, After Effects / compositing, After Effects / SFX, InDesign / print, InDesign / multimedia, 3DSMax, Illustrator, CorelDraw, Premiere, Flash, Dreamweaver, HTML5, MSOffice (Word, Excell, PowerPoint, Access)