



Politechnika Wrocławska

Program kształcenia i plan studiów podyplomowych

Zgodnie z aktualnym ZW 111/2017
oraz Rozporządzeniem Ministra Nauki z dnia 18 lipca 2024 r.

Nazwa studiów podyplomowych: psychologia komunikacji marketingowej i zachowań konsumenckich

Spis treści

Opis studiów podyplomowych	3
Zakładane efekty kształcenia oraz sposób ich weryfikowania i dokumentowania	5
Lista przedmiotów z wymiarem godzinowym oraz liczbą punktów ECTS	9
Wykaz zajęć teoretycznych	12
Wykaz zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	13
Wykaz zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	15
Ukończenie studiów podyplomowych	17
Plan studiów podyplomowych	18

Opis studiów podyplomowych

Informacje podstawowe

Kod studiów podyplomowych:	PKM
Jednostka organizacyjna:	Wydział Zarządzania
Nazwa studiów podyplomowych:	psychologia komunikacji marketingowej i zachowań konsumenckich
Forma studiów:	studia podyplomowe
Poziom kształcenia:	studia niestacjonarne
Język wykładowy:	polski
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	76
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	2
Termin rozpoczęcia cyklu:	2026-01-01
Cena:	

Limit przyjęć na studia podyplomowe wraz ze wskazaniem minimalnej liczby osób przyjętych, warunkującej uruchomienie edycji studiów podyplomowych

Limit 30 (minimum 16).

Wymagane dokumenty oraz miejsce ich złożenia

Dyplom ukończenia studiów wyższych I stopnia lub II stopnia.

Ogólne cele kształcenia w ramach studiów podyplomowych

1. Dostarczenie aktualnej i praktycznej wiedzy naukowej z zakresu psychologii konsumenta.
2. Ukształtowanie umiejętności zastosowania wiedzy z dziedziny psychologii komunikacji marketingowej i zachowań nabywczych w szeroko rozumianym biznesie.
3. Nabycie umiejętności zastosowania narzędzi i technik pogłębiających wiedzę marketingową, która ma za zadanie umożliwić zrozumienie konsumenta i pomóc precyzyjnie dotrzeć do niego z ofertą.

Sylwetka absolwenta studiów podyplomowych

Absolwent PKZ posiada wszechstronną wiedzę analityczną, kreatywną i strategiczną. Zostanie wyposażony w wiedzę, która pozwoli wykorzystywać szanse do rozwoju i podejmować decyzje marketingowe oparte na pogłębionej znajomości zachowań konsumentów. Zdobyta wiedza teoretyczna oraz umiejętności i kompetencje praktyczne przyczynią się do osiągania sukcesów w dziedzinie marketingu i sprzedaży oraz obsługi klienta. Absolwent rozumie i potrafi wyjaśnić zjawiska panujące w przestrzeni komercyjnej oraz zastosować narzędzia i metody do projektowania doświadczeń konsumentów i skutecznej komunikacji marketingowej, a co za tym idzie, wyprzedzenia konkurencji.

Rekrutacja

Na podstawie kolejności zgłoszeń.

Informacje dotyczące miejsca odbywania praktyk zawodowych

Nie dotyczy.

Zakładane efekty kształcenia oraz sposób ich weryfikowania i dokumentowania

Efekty uczenia się

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	Charakterystyki dla kwalifikacji na poziomie 6 lub 7 PRK
Wiedza		
P_PKM_W01	Zna psychologiczne koncepcje i teorie mające zastosowanie w marketingu w kontekście wyzwań konkurencyjnego otoczenia rynkowego. Ma wiedzę o praktycznych związkach psychologii ze współczesną ekonomią, naukami o zarządzaniu i marketingu. Definiuje i interpretuje mechanizmy wpływu stosowane w reklamie i szerzej: w mediach	P7S_WG
P_PKM_W02	Zna terminologię dotyczącą psychologii konsumenta i nowoczesnych technologii ułatwiających tworzenie oferty odpowiadającej na potrzeby konsumenta. Zna standardy obsługi klienta oraz terminologię dotyczącą psychologii sprzedaży	P7S_WG
P_PKM_W03	Rozumie psychologiczne prawidłowości rządzące zachowaniami konsumenta i jego procesami decyzyjnymi. Posiada kluczową wiedzę na temat wywierania wpływu i podejmowania decyzji. Rozumie związki psychologii procesów poznawczych, emocjonalnych i motywacyjnych z zachowaniami konsumentkimi	P7S_WG
P_PKM_W04	Posiada wiedzę o innowacjach i najnowszych trendach marketingowych w tworzeniu promocji, wykorzystaniu sztucznej inteligencji, PR, CSR, CX, EX, budowaniu relacji i zarządzaniu brandingiem w oparciu o wiedzę na temat zachowań, emocji, postaw i motywacji konsumentkich	P7S_WG
P_PKM_W05	Ma wiedzę o badaniach konsumenckich i ich praktycznym zastosowaniu w obszarze komercyjnym	P7S_WG
P_PKM_W06	Ma wiedzę o zasadach komunikacji biznesowej i marketingowej, tworzeniu wartościowych treści, używania zasad prostego języka	P7S_WG
P_PKM_W07	Rozumie znaczenie i zna podstawowe mechanizmy budowania relacji i zaufania społecznego. Zna zasady dotyczące projektowania doświadczeń konsumenta i pracownika, wie jak doświadczenia tych grup wpływają na budowanie wizerunku i reputacji marek	P7S_WK
P_PKM_W08	Ma wiedzę na temat procesu twórczego i zasad, które mu towarzyszą. Wie jak twórczo kształtować wizerunek (w tym wizerunek własny przedsiębiorcy) i przedsiębiorczo wykorzystywać szanse rynkowe	P7S_WK
Umiejętności		
P_PKM_U01	Potrafi wyjaśnić motywy wybranych zachowań konsumenckich, potrafi formułować praktyczne wnioski wynikające z analizy otoczenia	P7S_UW
P_PKM_U02	Umie wskazać źródła jawnych i utajonych postaw konsumentów wobec produktów i usług. Sprawnie posługuje się wiedzą o technikach wpływu	P7S_UW
P_PKM_U03	Umie wyodrębnić i scharakteryzować metody badań stosowanych w psychologii konsumenta	P7S_UW
P_PKM_U04	Umie wskazać potencjalne aplikacje wiedzy z zakresu psychologii w obszarze komercyjnym. Potrafi na podstawie wyników badań zaprojektować mapy podróży klienta oraz dopasowane usługi, a także kształtować ich lojalność	P7S_UW
P_PKM_U05	Potrafi wykorzystać wiedzę psychologiczną i marketingową do opisu i interpretacji zjawisk oraz zachowań występujących podczas procesów sprzedaży oraz obsługi klienta	P7S_UW
P_PKM_U06	Samodzielnie planuje rozwój własny, ze względu na dziedzinę zawodową często aktualizuje swoją wiedzę. Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje profesjonalne umiejętności związane z wybraną sferą działalności marketingowej korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii (ICT) niezbędnych dla wyróżnienia się na rynku	P7S_UU

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	Charakterystyki dla kwalifikacji na poziomie 6 lub 7 PRK
P_PKM_U07	Potrafi w sposób klarowny, angażujący, atrakcyjny dla odbiorcy komercyjnego komunikować się na rynku. Potrafi działać na polu komunikacji i zarządzania kryzysami w sposób pozwalający osiągnąć korzyści wszystkim stronom konfliktu	P7S_UK
P_PKM_U08	Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach	P7S_UO
Kompetencje społeczne		
P_PKM_K01	Ma świadomość rozmaitych wpływów, jakie marketer może wywierać na otoczenie społeczne i rynkowe	P7S_KK
P_PKM_K02	Jest gotowy do działania mającego na celu efektywnie komunikowanie z konsumentem i otoczeniem oraz stosowanie technik nastawionych na perswazję i efektywną sprzedaż	P7S_KK
P_PKM_K03	Jest otwarty na propozycje i informacje służące rozwiązywaniu problemów związanych z budowaniem relacji: organizacja – konsument	P7S_KO
P_PKM_K04	Jest zorientowany na rozwój własnych kompetencji badawczych i komunikacyjnych służących podwyższaniu osobistej skuteczności w relacjach z konsumentami i otoczeniem oraz budowaniu pozytywnej więzi między organizacją a konsumentami (interesariuszami)	P7S_KR

Sposób weryfikowania i dokumentacji zakładanych efektów uczenia się

Nazwa przedmiotu/modułu	Efekt uczenia się	Sposób weryfikacji i dokumentowania
Techniki wpływu społecznego	P_PKM_W03, P_PKM_U02, P_PKM_U08, P_PKM_K01, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań cząstkowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Warsztaty integracyjne	P_PKM_W07, P_PKM_U06, P_PKM_U08, P_PKM_K04	Warsztat:
Wprowadzenie do psychologii konsumenta	P_PKM_W01, P_PKM_W02, P_PKM_U01, P_PKM_U03, P_PKM_K01, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne
Motywacje konsumenckie	P_PKM_W01, P_PKM_W02, P_PKM_W03, P_PKM_W04, P_PKM_U01, P_PKM_U03, P_PKM_U05, P_PKM_K01, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań cząstkowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Psychologia sprzedaży, negocjacji i mediacji z klientem	P_PKM_W01, P_PKM_W03, P_PKM_U01, P_PKM_U02, P_PKM_U05, P_PKM_K01	Warsztat:
Perswazyjność reklamy	P_PKM_W01, P_PKM_W03, P_PKM_U02, P_PKM_U05, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań cząstkowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Psychologia reklamy i mediów	P_PKM_W01, P_PKM_W02, P_PKM_U01, P_PKM_U02, P_PKM_K01, P_PKM_K04	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań cząstkowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Promocje konsumenckie	P_PKM_W02, P_PKM_W03, P_PKM_W04, P_PKM_U02, P_PKM_U04, P_PKM_U05, P_PKM_K01, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań cząstkowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat

Nazwa przedmiotu/ modułu	Efekt uczenia się	Sposób weryfikacji i dokumentowania
Komunikacja marketingowa	P_PKM_W02, P_PKM_W04, P_PKM_W06, P_PKM_U04, P_PKM_U05, P_PKM_U07, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Warsztat:
Projektowanie doświadczeń konsumentów	P_PKM_W04, P_PKM_W05, P_PKM_U01, P_PKM_U03, P_PKM_U04, P_PKM_U08, P_PKM_K01, P_PKM_K02, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
PR i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych	P_PKM_W04, P_PKM_W06, P_PKM_U07, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Content marketing	P_PKM_W04, P_PKM_W06, P_PKM_W08, P_PKM_U05, P_PKM_U07, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Emocjonalny branding	P_PKM_W02, P_PKM_W04, P_PKM_U04, P_PKM_U05, P_PKM_U06, P_PKM_K01, P_PKM_K02, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Zachowania nabywcze	P_PKM_W02, P_PKM_W04, P_PKM_U05, P_PKM_K02, P_PKM_K04	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Storytelling	P_PKM_W02, P_PKM_W06, P_PKM_W08, P_PKM_U07, P_PKM_K02	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Warsztat:
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	P_PKM_W06, P_PKM_U07, P_PKM_U08, P_PKM_K01, P_PKM_K04	Warsztat:
Nowe media i kształtowanie relacji z konsumentem	P_PKM_W04, P_PKM_W08, P_PKM_U05, P_PKM_U06, P_PKM_U07, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Trening kreatywnego myślenia i projektowanie innowacji dla konsumentów	P_PKM_W08, P_PKM_U06, P_PKM_U07, P_PKM_K01, P_PKM_K04	Warsztat:
Prosty język w komunikacji marki	P_PKM_W06, P_PKM_U07, P_PKM_K02, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Trendy konsumenckie w poszukiwaniu wzrostu (growth marketing)	P_PKM_W04, P_PKM_W08, P_PKM_U05, P_PKM_U06, P_PKM_K01, P_PKM_K02, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Nowoczesne trendy w pozyskiwaniu wiedzy o konsumentach: AI, marketplace, analityka, VR	P_PKM_W04, P_PKM_W05, P_PKM_U04, P_PKM_U05, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat
Employee experience i employer branding	P_PKM_W03, P_PKM_W04, P_PKM_U04, P_PKM_K01	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań częściowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat

Nazwa przedmiotu/ modułu	Efekt uczenia się	Sposób weryfikacji i dokumentowania
Praca końcowa PROJEKT	P_PKM_W01, P_PKM_W02, P_PKM_W03, P_PKM_W04, P_PKM_W05, P_PKM_W06, P_PKM_W07, P_PKM_W08, P_PKM_U01, P_PKM_U02, P_PKM_U03, P_PKM_U04, P_PKM_U05, P_PKM_U06, P_PKM_U07, P_PKM_K01, P_PKM_K02, P_PKM_K03, P_PKM_K04	Projekt: Przygotowanie projektu, realizacja projektu, dokumentacja projektowa, analiza przypadków case study, makieta
Trening umiejętności komunikacyjnych	P_PKM_W06, P_PKM_U06, P_PKM_U07, P_PKM_U08, P_PKM_K04	Warsztat:
CSR i jego wpływ na decyzje konsumenckie	P_PKM_W04, P_PKM_U01, P_PKM_U03, P_PKM_K01, P_PKM_K03	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Warsztat:
Badania zachowań konsumenckich	P_PKM_W04, P_PKM_U03, P_PKM_K04	Wykład: Egzamin - ustny, pisemny, zaliczenie, kolokwium - ustne, pisemne ; Ćwiczenia: Zaliczenie - ustne, pisemne; kartkówka, zadanie wejściowe, ocena zadań cząstkowych; egzamin praktyczny, makieta, esej, referat

Lista przedmiotów z wymiarem godzinowym oraz liczbą punktów ECTS

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Warsztaty integracyjne	Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	1
Wprowadzenie do psychologii konsumenta	Wykład: 8, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Techniki wpływu społecznego	Wykład: 3, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia: 3, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 3	Zaliczenie na ocenę	2
Trening umiejętności komunikacyjnych	Warsztat: 6, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 6	Zaliczenie na ocenę	2
Psychologia sprzedaży, negocjacji i mediacji z klientem	Warsztat: 8, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Psychologia reklamy i mediów	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Promocje konsumenckie	Wykład: 3, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia: 3, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 3	Zaliczenie na ocenę	2
Perswazyjność reklamy	Ćwiczenia: 5, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 5 Wykład: 5, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 5	Zaliczenie na ocenę	4
Motywacje konsumenckie	Ćwiczenia: 3, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 3 Wykład: 3, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 3	Zaliczenie na ocenę	2

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Zachowania nabywcze	Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Storytelling	Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Content marketing	Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
PR i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych	Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Projektowanie doświadczeń konsumentów	Ćwiczenia: 5, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 5 Wykład: 5, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 5	Zaliczenie na ocenę	4
CSR i jego wpływ na decyzje konsumenckie	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Komunikacja marketingowa	Wykład: 5, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 5 Warsztat: 5, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 5	Zaliczenie na ocenę	4
Emocjonalny branding	Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Nowe media i kształtowanie relacji z konsumentem	Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Trening kreatywnego myślenia i projektowanie innowacji dla konsumentów	Warsztat: 8, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	1
Employee experience i employer branding	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Prosty język w komunikacji marki	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Nowoczesne trendy w pozyskiwaniu wiedzy o konsumentach: AI, marketplace, analityka, VR	Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Trendy konsumenckie w poszukiwaniu wzrostu (growth marketing)	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Badania zachowań konsumenckich	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Praca końcowa PROJEKT	Projekt: 16, w tym zajęcia zdalne: • Zajęcia projektowe synchroniczne: 16	Zaliczenie na ocenę	6
Razem	206		76

Wykaz zajęć teoretycznych

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Wprowadzenie do psychologii konsumenta	Wykład: 8	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 3
Techniki wpływu społecznego	Wykład: 3	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Psychologia reklamy i mediów	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Promocje konsumenckie	Wykład: 3	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Perswazyjność reklamy	Wykład: 5	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 2
Motywacje konsumenckie	Wykład: 3	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Zachowania nabywcze	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Storytelling	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Content marketing	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
PR i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Projektowanie doświadczeń konsumentów	Wykład: 5	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 2
CSR i jego wpływ na decyzje konsumenckie	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Komunikacja marketingowa	Wykład: 5	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 2
Emocjonalny branding	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Nowe media i kształtowanie relacji z konsumentem	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Employee experience i employer branding	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Prosty język w komunikacji marki	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Nowoczesne trendy w pozyskiwaniu wiedzy o konsumentach: AI, marketplace, analityka, VR	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Trendy konsumenckie w poszukiwaniu wzrostu (growth marketing)	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Badania zachowań konsumenckich	Wykład: 4	Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1
Razem	84		25

Wykaz zajęć kształtujących umiejętności praktyczne

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Warsztaty integracyjne	Warsztat: 4	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 1
Techniki wpływu społecznego	Ćwiczenia: 3	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 1
Trening umiejętności komunikacyjnych	Warsztat: 6	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 2
Psychologia sprzedaży, negocjacji i mediacji z klientem	Warsztat: 8	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 3
Psychologia reklamy i mediów	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Promocje konsumenckie	Ćwiczenia: 3	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 1
Perswazyjność reklamy	Ćwiczenia: 5	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Motywacje konsumenckie	Ćwiczenia: 3	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 1
Zachowania nabywcze	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Storytelling	Warsztat: 4	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 2
Content marketing	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
PR i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Projektowanie doświadczeń konsumentów	Ćwiczenia: 5	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
CSR i jego wpływ na decyzje konsumenckie	Warsztat: 4	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 2
Komunikacja marketingowa	Warsztat: 5	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 2
Emocjonalny branding	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Nowe media i kształtowanie relacji z konsumentem	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Trening kreatywnego myślenia i projektowanie innowacji dla konsumentów	Warsztat: 8	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 3
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Warsztat: 4	Zaliczenie na ocenę	Warsztat: 1
Employee experience i employer branding	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Prosty język w komunikacji marki	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Nowoczesne trendy w pozyskiwaniu wiedzy o konsumentach: AI, marketplace, analityka, VR	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Trendy konsumenckie w poszukiwaniu wzrostu (growth marketing)	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Badania zachowań konsumenckich	Ćwiczenia: 4	Zaliczenie na ocenę	Ćwiczenia: 2
Praca końcowa PROJEKT	Projekt: 16	Zaliczenie na ocenę	Projekt: 6
Razem	122		51

Wykaz zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Warsztaty integracyjne	Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	1
Wprowadzenie do psychologii konsumenta	Wykład synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Techniki wpływu społecznego	Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia synchroniczne: 3	Zaliczenie na ocenę	2
Trening umiejętności komunikacyjnych	Warsztat synchroniczny: 6	Zaliczenie na ocenę	2
Psychologia sprzedaży, negocjacji i mediacji z klientem	Warsztat synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Psychologia reklamy i mediów	Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Promocje konsumenckie	Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia synchroniczne: 3	Zaliczenie na ocenę	2
Perswazyjność reklamy	Ćwiczenia synchroniczne: 5 Wykład synchroniczny: 5	Zaliczenie na ocenę	4
Motywacje konsumenckie	Ćwiczenia synchroniczne: 3 Wykład synchroniczny: 3	Zaliczenie na ocenę	2
Zachowania nabywcze	Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Storytelling	Warsztat synchroniczny: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Content marketing	Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
PR i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych	Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Projektowanie doświadczeń konsumentów	Ćwiczenia synchroniczne: 5 Wykład synchroniczny: 5	Zaliczenie na ocenę	4
CSR i jego wpływ na decyzje konsumenckie	Wykład synchroniczny: 4 Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Komunikacja marketingowa	Wykład synchroniczny: 5 Warsztat synchroniczny: 5	Zaliczenie na ocenę	4
Emocjonalny branding	Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Nowe media i kształtowanie relacji z konsumentem	Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Trening kreatywnego myślenia i projektowanie innowacji dla konsumentów	Warsztat synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	1
Employee experience i employer branding	Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Prosty język w komunikacji marki	Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Nowoczesne trendy w pozyskiwaniu wiedzy o konsumentach: AI, marketplace, analityka, VR	Ćwiczenia synchroniczne: 4 Wykład synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Trendy konsumenckie w poszukiwaniu wzrostu (growth marketing)	Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Badania zachowań konsumenckich	Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia synchroniczne: 4	Zaliczenie na ocenę	3
Praca końcowa PROJEKT	Zajęcia projektowe synchroniczne: 16	Zaliczenie na ocenę	6
Razem	206		76

Ukończenie studiów podyplomowych

Wykaz egzaminów obowiązkowych

Egzamin końcowy.

Wymiar czasu przeznaczony na pracę końcową

16 h

Zakres egzaminu końcowego

Egzamin końcowy z pracy końcowej, obejmujący:

- prezentację pracy końcowej (ok. 10 minut),
- egzamin ustny – odpowiedzi na pytania komisji dotyczące teorii i praktyki związanej z tematyką pracy końcowej.

Wymagania dotyczące terminu zaliczeń przedmiotów

Wykładowca określa warunki i termin zaliczenia kursu i przedstawia je słuchaczom na początku zajęć.

Kurs może być zaliczony:

- bezpośrednio po jego zakończeniu – na podstawie aktywności i zadań wykonywanych w trakcie zajęć,
- w terminie do kolejnego zjazdu – na podstawie zadania wykonanego po zajęciach.

Warunkiem dopuszczenia słuchacza studiów podyplomowych do egzaminu końcowego jest uzyskanie pozytywnych ocen z wszystkich kursów objętych programem kształcenia oraz napisanie pracy dyplomowej ocenionej na ocenę pozytywną.

Plan studiów podyplomowych

Zestaw przedmiotów w układzie semestralnym

psychologia komunikacji marketingowej i zachowań konsumenckich

Semestr 1

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Warsztaty integracyjne	Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	1
Wprowadzenie do psychologii konsumenta	Wykład: 8, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Techniki wpływu społecznego	Wykład: 3, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia: 3, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 3	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 1
Trening umiejętności komunikacyjnych	Warsztat: 6, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 6	Zaliczenie na ocenę	2
Psychologia sprzedaży, negocjacji i mediacji z klientem	Warsztat: 8, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Psychologia reklamy i mediów	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Promocje konsumenckie	Wykład: 3, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia: 3, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 3	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 1

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Perswazyjność reklamy	Wykład: 5, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 5 Ćwiczenia: 5, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 5	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 2 Ćwiczenia: 2
Motywacje konsumenckie	Wykład: 3, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 3 Ćwiczenia: 3, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 3	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 1
Zachowania nabywcze	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Storytelling	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Warsztat: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Warsztat: 2
Content marketing	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
PR i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Projektowanie doświadczeń konsumentów	Wykład: 5, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 5 Ćwiczenia: 5, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 5	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 2 Ćwiczenia: 2
Razem	104		38

Semestr 2

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
CSR i jego wpływ na decyzje konsumenckie	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Warsztat: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Warsztat: 2
Komunikacja marketingowa	Wykład: 5, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 5 Warsztat: 5, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 5	Wykład: Zaliczenie na ocenę Warsztat: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 2 Warsztat: 2
Emocjonalny branding	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Nowe media i kształtowanie relacji z konsumentem	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Trening kreatywnego myślenia i projektowanie innowacji dla konsumentów	Warsztat: 8, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 8	Zaliczenie na ocenę	3
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Warsztat: 4, w tym zajęcia zdalne: • Warsztat synchroniczny: 4	Zaliczenie na ocenę	1
Employee experience i employer branding	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Prosty język w komunikacji marki	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Nowoczesne trendy w pozyskiwaniu wiedzy o konsumentach: AI, marketplace, analityka, VR	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2

Nazwa przedmiotu / modułu	Forma zajęć i liczba godzin	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Trendy konsumenckie w poszukiwaniu wzrostu (growth marketing)	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Badania zachowań konsumenckich	Wykład: 4, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 4 Ćwiczenia: 4, w tym zajęcia zdalne: • Ćwiczenia synchroniczne: 4	Wykład: Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia: Zaliczenie na ocenę	Wykład: 1 Ćwiczenia: 2
Praca końcowa PROJEKT	Projekt: 16, w tym zajęcia zdalne: • Zajęcia projektowe synchroniczne: 16	Zaliczenie na ocenę	6
Razem	102		38

Zestaw egzaminów w układzie semestralnym

Semestr 1

Brak

Semestr 2

Brak