

## OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA STUDIÓW

<b>Jednostka odpowiedzialna za studia</b>	Wydział Nauk Społecznych
<b>Nazwa kierunku studiów</b>	Komunikowanie promocyjno-wizerunkowe – reklama, branding, public relations
<b>Specjalności</b>	- reklama i branding - public relations - projektowanie promocyjne
<b>Poziom studiów</b> <i>(studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)</i>	studia drugiego stopnia
<b>Profil</b> <i>(praktyczny / ogólnoakademicki)</i>	praktyczny
<b>Forma studiów / czas trwania studiów</b> <i>(stacjonarna / niestacjonarna; czas trwania studiów w semestrach)</i>	stacjonarna i niestacjonarna 4 semestry
<b>Przyporządkowanie kierunku studiów do dyscypliny naukowej lub artystycznej, a dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny określenie dla każdej z tych dyscyplin procentowego udziału liczby punktów ECTS w liczbie punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej</b> <i>(zgodnie z Rozporządzeniem Ministra i Nauki Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych, Dz. U. 2018 poz. 1818)</i>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b> <i>(licencjat / magister)</i>	magister
<b>Język studiów</b>	polski
<b>Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów</b>	powyżej 60 ECTS