

WYDZIAŁ PRAWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ
KIERUNEK: Komunikacja i media
SPECJALNOŚĆ: Budowanie marki pracodawcy (employer branding)
PROFIL: praktyczny
POZIOM: studia drugiego stopnia
TRYB: STACJONARNY
Rok rozpoczęcia studiów 2018/2019

SEMESTR 1					
Lp.	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć	Godziny	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia
			Ogółem		
KURSY OBOWIĄZKOWE					
I	Współczesne teorie komunikacji	moduł	60	6	zaliczenie z oceną
	Współczesne teorie komunikacji	wykład			
	Semiotyka tekstu i obrazu	wykład			
	Semiotyka tekstu i obrazu	ćwiczenia			
II	Prawo	moduł	60	5	zaliczenie z oceną
	Prawo pracy i elastyczne formy zatrudnienia	warsztaty			
	Konkurencja w warunkach zatrudnienia	wykład			
	Konkurencja w warunkach zatrudnienia	warsztaty			
	Świadczenia pracownicze	wykład			
	Świadczenia pracownicze	warsztaty			
III	Employer branding - konteksty	moduł	40	6	zaliczenie z oceną
	Project management w branding	warsztaty			
	Kampania rekrutacyjna offline i online	warsztaty			
IV	Język angielski w zastosowaniu zawodowym	ćwiczenia	45	3	zaliczenie z oceną
KURSY DO WYBORU					
I	Moduł do wyboru uzupełniający	ćwiczenia	90	10	zaliczenie z oceną
			295	30	

SEMESTR 2					
Lp.	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć	Godziny	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia
			Ogółem		
KURSY OBOWIĄZKOWE					
I	Zaawansowana analiza mediów	moduł	60	6	zaliczenie z oceną
	Komunikacja wizualna	wykład			
	Międzynarodowa kultura popularna	wykład			
	Międzynarodowa kultura popularna	ćwiczenia			
SPECJALNOŚĆ: Kreowanie marki pracodawcy (employer branding)					
I	Employer branding - badania	moduł	40	6	zaliczenie z oceną
	Pomiar efektywności działań employer branding	warsztaty			
	Badania wspierające budowanie marki pracodawcy	wykład			
	Badania wspierające budowanie marki pracodawcy	warsztaty			
II	Komunikacja wewnętrzna	moduł	65	7	zaliczenie z oceną
	Media pracownicze	warsztaty			
	Zarządzanie różnorodnością	warsztaty			
	Event marketing i imprezy pracownicze	warsztaty			
III	Strategia employer branding	wykład	15	4	zaliczenie z oceną
KURSY DO WYBORU					
I	Moduł do wyboru I	ćwiczenia	40	4	zaliczenie z oceną
II	Proseminarium	projekt	10	3	zaliczenie z oceną
			230	30	

SEMESTR 3					
Lp.	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć	Godziny	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia
			Ogółem		
SPECJALNOŚĆ: Budowanie marki pracodawcy (employer branding)					
I	Zarządzanie marką pracodawcy	moduł	45	8	zaliczenie z oceną
	Brand Behaviour	warsztaty			
	Candidate Experience	warsztaty			
KURSY DO WYBORU					
I	Moduł do wyboru II	ćwiczenia	90	10	zaliczenie z oceną
II	Seminarium magisterskie - I	seminarium magisterskie	20	12	zaliczenie bez oceny
			155	30	

SEMESTR 4					
Lp.	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć	Godziny	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia
			Ogółem		
SPECJALNOŚĆ: Budowanie marki pracodawcy (employer branding)					
I	Komunikacja zewnętrzna	moduł	45	4	zaliczenie z oceną
	Wideo wizerunkowo-rekrutacyjne	warsztaty			
	Public Relations w budowaniu marki pracodawcy	warsztaty			
	Employer branding w mediach społecznościowych	warsztaty			
KURSY DO WYBORU					
I	Moduł do wyboru III	ćwiczenia	60	4	zaliczenie z oceną
II	Projekt specjalnościowy	projekt	20	2	zaliczenie z oceną
III	Seminarium magisterskie - II	seminarium magisterskie	15	10	zaliczenie z oceną
IV	Praktyka zawodowa	praktyki	240	10	zaliczenie z oceną
			380	30	

		Godziny	Liczba punktów ECTS
		Ogółem	
LICZBA GODZIN I PUNKTÓW NA WSZYSTKICH LATACH		1060	120