

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia 2020/2022

Kierunek: Zarządzanie kreatywne

B. Moduły kierunkowe obligatoryjne

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ							LATA STUDIÓW										
						RAZEM	w tym						I ROK				II ROK						
							WYKŁAD	C	K	W	E-L	S	Inne	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM			
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF		
1	Spotkanie z opiekunem roku 1			1	2	2							2										
2	Spotkanie z opiekunem roku 2			2	2	2								2									
3	Spotkanie z opiekunem roku 3			3	2	2										2							
4	Spotkanie z opiekunem roku 4			4	2	2												2					
	Zarządzanie firmą	Zo		1	5	50	20	30	0	0	0	0	0	20	30	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Podstawy organizacji i zarządzania	E		1	20	20							20										
2	Strategie zarządzania i analiza strategiczna	Zo		1	30		30							30									
	Metodyka Design Thinking	Zo		1	10	50	0	20	0	30	0	0	0	0	50	0	0	0	0	0	0	0	0
2	Facylitacja i współtworzenie w projekcie	Zo		1	20		20							20									
3	Etapy procesu i narzędzia wykorzystywane w Design Thinking	Zo		1	30				30					30									
	Ochrona własności intelektualnej w projektowaniu	Zo		1	5	50	20	30	0	0	0	0	0	20	30	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Prawne aspekty działalności gospodarczej	E		1	20	20							20										
2	Prawo autorskie i prawa pokrewne	Zo		1	15		15							15									
3	Praktyczne aspekty kontraktowania pracy twórczej	Zo		1	15		15							15									
	Rola Design Management w organizacji	Zo		1	10	50	0	35	0	15	0	0	0	0	50	0	0	0	0	0	0	0	0
1	Design jako proces	Zo		1	20		20							20									
2	Design jako marka	Zo		1	15		15							15									
3	Design jako relacje	Zo		1	15				15					15									
	Zarządzanie jednostką projektową	Zo		2	5	50	0	20	30	0	0	0	0	0	0	30	20	0	0	0	0	0	0
1	Organizacja pracy projektowej	E		2	15			15							15								
2	Account Management i kształtowanie relacji z klientem	Zo		2	15			15							15								
3	Crisis Management i kształtowanie relacji z mediami	Zo		2	20		20									20							
	Budowanie marki firmy	Zo		2	5	50	0	20	0	30	0	0	0	0	0	0	50	0	0	0	0	0	0
1	Corporate Identity - założenia tożsamości organizacji	Zo		2	20		20									20							
2	Corporate Design - identyfikacja wizualna organizacji	Zo		2	15				15							15							
3	Corporate Image - kształtowanie doświadczeń klientów i wizerunku organizacji	Zo		2	15				15							15							
	Zarządzanie projektami design	Zo		2	5	50	0	15	35	0	0	0	0	0	0	35	15	0	0	0	0	0	0
1	Proces rozwoju nowego produktu oraz interfeceu	Zo		2	20			20								20							
2	Zarządzanie projektami graficznymi	Zo		2	15		15									15							
3	Projektowanie elementów przestrzeni komercyjnych	Zo		2	15			15								15							
	Akademia Managera	Zo		4	5	50				50													50
1	Akademia Managera	Zo		4	50					50													50
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					50	408	48	170	65	125				42	160	67	85	2			2	50	
LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ							LATA STUDIÓW										
						RAZEM	w tym						I ROK				II ROK						
							WYKŁAD	C	K	W	E-L	S	Inne	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM			
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF		
1	Moduł do wyboru 1	Zo		3	10	50	25	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25	0	0	0	0
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					10	50	25	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25	0	0	0	0

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia

Kierunek: ZARZĄDZANIE KREATYWNE

C. Praktyki

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW							
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK			
							WYKŁAD	C	K	W	E-L	S	Inne	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM	
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I	Zz		2	1	10	0	10	0	0	0	0	0				10				
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I			2				10									10				
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe II	Zz		3	1	10		10	0										10		
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I			3				10											10		
	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe III	Zz		4	1	5		5	0												5
1	Praktyczne umiejętności i kompetencje zawodowe I			4				5													5
	Wprowadzenie do praktyk	Zz		2	1	16	1				15						16				
1	Spotkanie z koordynatorem	Zz		2			1										1				
2	e-learning	Zz		2							15						15				
	Praktyka zawodowe	Zz		4	11	260															260
LICZBA GODZIN DYDAKTYCZNYCH					15	301	1	25			15		260	0	0	0	26	0	10	0	265

Plan studiów stacjonarnych drugiego stopnia

Kierunek: Zarządzanie kreatywne

Specjalizacja: UX (USER EXPERIENCE DESIGN)

D. Moduły specjalnościowe

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	FORMA ZALICZENIA	RODZAJ SALI ZALICZENIA	SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN ZAJĘĆ								LATA STUDIÓW							
						RAZEM	w tym							I ROK				II ROK			
							WYKŁAD	C	K	W	E-L	S	Inne	1 SEM		2 SEM		3 SEM		4 SEM	
														W	AF	W	AF	W	AF	W	AF
	Moduł seminarium I	Zo		2	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	10	0	0	0	0	0
1	Seminarium 1	Zo	SK	2								10				10					
	Formułowanie problemu projektowego	Zo		2	5	50	20	15	15	0	0	0	0	0	0	20	30	0	0	0	0
1	Podstawy psychologii poznawczej	E		2		20	20								20						
2	Zachowania konsumenckie	Zo		2		15			15						15						
3	Visual Thinking	Zo		2		15		15							15						
	Badanie potrzeb klientów i kontekstu projektu	Zo		2	5	50	0	15	0	35	0	0	0	0	0	0	50	0	0	0	0
1	Badania ilościowe i jakościowe	Zo	Skomp	2		20			20						20						
2	Badanie UX	Zo	Skomp	2		15			15						15						
3	Analiza konkurencji (benchmarking)	Zo		2		15		15							15						
	Definiowanie elementów strategii projektu	Zo		3	5	50	0	15	20	15	0	0	0	0	0	0	20	30	0	0	0
1	Założenia strategiczne projektu	Zo		3		20			20							20					
2	Business Model Canvas	Zo		3		15		15										15			
3	Makieta ścieżki klienta	Zo	Skomp	3		15			15									15			
	Moduł seminarium II	Zo		3	5	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10	0	0	0

