

Psychologia reklamy i komunikacji

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż • Psychologia

Cechy: Od marca • Polski

To kierunek dla osób, które:

- chcą zrozumieć mechanizmy reklamy i komunikacji,
- są pracownikami działów marketingu, promocji i PR,
- są rzecznikami prasowymi lub zarządzają wizerunkiem,
- tworzą kadry zarządzającej działami komunikacji i mediów,
- chcą lepiej komunikować się z otoczeniem marki.



4

bezpłatne, dodatkowe szkolenia, po ukończeniu których otrzymujesz certyfikaty

Dostęp online

Wysoka jakość kształcenia. Wszystkie materiały dydaktyczne będą dostępne dla Ciebie online.

Gwarantujemy **pełną zgodność z przepisami prawa** i najwyższe standardy edukacyjne.

87%

uczestników poleca studia podyplomowe*

*Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2023”.

89%

pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze współpracę z naszymi uniwersytetami*

*Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024"

Networking i rozwój kompetencji

Studia rozwijają kompetencje niezależnie od doświadczenia. Dzięki interaktywnym zajęciom i wymianie doświadczeń z innymi zyskasz **wiedzę, umiejętności i cenne kontakty**.

Praktyczny charakter studiów:

- na zajęciach dominują warsztaty, ćwiczenia i case studies,
- prace projektowe przygotowywane są zespołowo.

Program studiów

9

Liczba miesięcy nauki

140

Liczba godzin zajęć

14

Liczba zjazdów

2

Liczba semestrów

Psychologia reklamy (65 godz.)

- Wstęp do psychologii
- Procesy poznawcze-nastrój, emocje
- Psychologia społeczna i poznawcza w reklamie
- Psychologia mediów

Komunikacja marketingowa (25 godz.)

- Budowanie strategii komunikacyjnej
- Public relations

Współczesny konsument (50 godz.)

- Promocje konsumenckie i perswazyjność reklamy
- Zachowania konsumenckie
- Motywacja i postawy konsumentów



FORMA ZALICZENIA

- Zaliczenie wszystkich przedmiotów objętych programem studiów, zaliczenie egzaminu końcowego obejmującego cały zakres studiów.

Warunki przyjęcia na studia

- Musisz mieć **ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie**.
- Musisz **złożyć komplet dokumentów** i spełnić **wymogi rekrutacyjne**.
- Pamiętaj, że o przyjęciu na studia podyplomowe na naszym uniwersytecie **decyduje kolejność zgłoszeń, złożenia kompletu dokumentów i spełnienia** wymogów rekrutacyjnych.

[Dowiedz się więcej](#)

Możliwości dofinansowania

- Pierwsi zyskują najwięcej! **Im szybciej się zapiszesz, z tym większej zniżki skorzystasz.**
- Oferujemy również specjalne, większe **zniżki dla naszych absolwentów**.
- Możesz skorzystać z **dofinansowania** z Bazy Usług Rozwojowych.
- Pracodawca może dofinansować Ci studia, otrzymując dodatkową zniżkę w ramach **Programu Firma**.
- Warto sprawdzić możliwości **dofinansowania z KFS**.

[Dowiedz się więcej](#)

- Dowiesz się, **jak psychologia wpływa na odbiór reklam** i podejmowanie decyzji zakupowych.
- Poznasz **techniki budowania strategii komunikacyjnych** dla różnych grup odbiorców.
- Zrozumiesz **zachowania konsumenckie** i zaplanujesz skuteczną komunikację marki.
- Ocenisz **skuteczność promocji** i nauczysz się tworzyć wartościowy content.
- Nauczysz się **prowadzić komunikację z otoczeniem marki** i interesariuszami.
- **Zdobędziesz wiedzę przydatną w PR, reklamie, social mediach i komunikacji kryzysowej.**

Ceny

Dla Kandydatów

1 rok

2 raty **2800 zł** (2 x 2800 zł)

10 rat **595 zł** (10 x 595 zł)

Cena jednorazowa: **5400 zł**



Dla naszych absolwentów

1 rok

2 raty	2800 zł (2 x 2800 zł)
10 rat	595 zł (10 x 595 zł)

Cena jednorazowa: **5400 zł**

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

Wypowiedzi osób

W dobie konsumpcjonizmu warto być świadomym prosumentem, który potrafi ocenić produkty i rozumie mechanizmy komunikacji marketingowej. Świadomość marki i decyzji konsumenckich jest kluczowa, bo zespoły specjalistów projektują kampanie i promocje. Znając psychologiczne aspekty rynku, mechanizmy perswazji i motywacje konsumentów, możemy wspierać etyczne biznesy i mieć wpływ na kształt gospodarki.

dr Mira Krzyścin wykładowczyni