

Psychologia reklamy i komunikacji

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Psychologia

Cechy: Od października • Polski • W partnerstwie

Miasto: Opole

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.



Bezpłatne szkolenia

- Uczestnikom naszych studiów podyplomowych oferujemy możliwość poszerzenia kompetencji w różnych obszarach poprzez udział w **4 dodatkowych szkoleniach**.
- Ich tematyka jest zróżnicowana i obejmuje najbardziej aktualne zagadnienia z zakresu m.in. psychologii, biznesu i AI.
- Szkolenia te są bezpłatne i prowadzone online. Udział w nich jest potwierdzony certyfikatami, które wydawane są wraz ze świadectwem ukończenia studiów podyplomowych.

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.

Praktyczny charakter studiów:

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

87%

uczestników poleca studia podyplomowe*

*Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

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**.

Program

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

Aby zostać uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- mieć **ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie,**
 - złożyć **komplet dokumentów i spełnić wymogi rekrutacyjne**
 - o przyjęciu decyduje **kolejność zgłoszeń.**
- [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.**
- Funkcjonuje u nas **Program Poleceń.**
- Pracodawca może dofinansować Ci studia, otrzymując dodatkową zniżkę w ramach Programu Firma.
- Warto sprawdzić możliwości **dofinansowania z KFS.**

[Dowiedz się więcej](#)

Czego się nauczysz?

- 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

10 rat

452 zł ~~540 zł~~ (10 x 452 zł)
Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 446zł

Dla naszych absolwentów

1 rok

10 rat

412 zł ~~540 zł~~ (10 x 412 zł)
Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 406zł

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.