

Psychologia reklamy i komunikacji

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż • Psychologia

Cechy: Od października • Polski

Miasto: Szczecin

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 weekendowych, po ukończeniu których otrzymujesz certyfikaty

Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.

87%

uczestników poleca studia podyplomowe

Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

Dostęp online

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

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

140

14

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów 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.**
- 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 konsumentckie** 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

1 rata	4520 zł 5400 zł (1 x 4520 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 4460zł
2 raty	2260 zł 2700 zł (2 x 2260 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2230zł
10 rat	452 zł 540 zł (10 x 452 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 446zł
12 rat	411 zł 485 zł (12 x 411 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 406zł

Dla naszych absolwentów

1 rok

1 rata	4120 zł 5400 zł (1 x 4120 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 4060zł
2 raty	2060 zł 2700 zł (2 x 2060 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2030zł
10 rat	412 zł 540 zł (10 x 412 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 406zł
12 rat	378 zł 485 zł (12 x 378 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 373zł

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 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.