

Psychologia reklamy i komunikacji

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Psychologia

Cechy: Od października • Polski • W partnerstwie

Miasto: Toruń

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.



Youniversity

otrzymasz bezpłatny dostęp do nowoczesnej platformy edukacyjnej stworzonej przez ekspertów z Leanpassion

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 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.

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

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 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

1 rata	4400 zł 5400 zł (1 x 4400 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 5400zł
2 raty	2200 zł 2700 zł (2 x 2200 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2700zł
10 rat	440 zł 540 zł (10 x 440 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 540zł
12 rat	366 zł 450 zł (12 x 366 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 450zł

Dla naszych absolwentów

1 rok

1 rata	4000 zł 5400 zł (1 x 4000 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 5400zł
2 raty	2000 zł 2700 zł (2 x 2000 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2700zł
10 rat	400 zł 540 zł (10 x 400 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 540zł
12 rat	333 zł 450 zł (12 x 333 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 450zł

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.