

Psychologia reklamy i komunikacji

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż • Psychologia

Cechy: Od października • Polski • Dofinansowane

Miasto: Warszawa

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.



5

bezpłatnych szkoleń

92%

uczestników poleca studia podyplomowe
Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

Gwarancja jakości

Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.

91%

pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze współpracę z naszymi uniwersytetami
Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024".

Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą eksperci i pasjonaci swojej dziedziny, którzy mają realne doświadczenie.

Networking i rozwój kompetencji

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

Praktyczne studia

- Studia oparte na warsztatach, ćwiczeniach i case studies.
- Teoria ograniczona do minimum – liczą się realne umiejętności przydatne w codziennej pracy.
- Materiały dostępne online.

Program zajęć

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 na studia

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

- Oferujemy 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 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	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 o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.