

Plan studiów

PLAN STUDIÓW PIERWSZEGO STOPNIA

STUDIA NIESTACJONARNE

Profil kształcenia : ogólnoakademicki

kierunek: branding miast i regionów

specjalność :

kreowanie marek lokalnych

promocja miast i regionów

dla cyklu od r.a. 2021/22 - opracowany na podstawie uchwały nr 36/2021 Senatu Uniwersytetu Szczecińskiego z dnia 29 kwietnia 2021 r.

Lp.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Blok obieralny	SN	SN-PR	GR	Stat. przedm.	Godziny zajęć, w tym:																	Liczba godzin																		
								Godziny zajęć, w tym:																	I rok				II rok				III rok										
								Inne formy zajęć (i)																	I sem.			II sem.			III sem.		IV sem.		V sem.		VI sem.						
								Razem	w	lk	k	lb	p	s	s	zt	o	inne	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK									
I OGÓLNOUCZELNIANE																																											
1	EFZ205AJJ 3435_3N	ochrona własności intelektualnej				A	O	6	6												1	6		1																			
Blok [18/1/2 ECTS]																																											
J zyk obcy [moduł]																																											
2	EFZ205AJJ 3507_44N	j zyk angielski	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
3	EFZ205AJJ 3509_45N	j zyk francuski	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
4	EFZ205AJJ 3507_47N	j zyk hiszpański	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
5	EFZ205AJJ 3508_43N	j zyk niemiecki	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
6	EFZ205AJJ 3509_46N	j zyk rosyjski	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
Razem Blok [18/1/2 ECTS]																																											
						0				18	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
Blok [18/1/2 ECTS]																																											
J zyk obcy [moduł]																																											
7	EFZ205AJJ 3507_44N	j zyk angielski	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
8	EFZ205AJJ 3509_45N	j zyk francuski	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
9	EFZ205AJJ 3507_47N	j zyk hiszpański	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
10	EFZ205AJJ 3508_43N	j zyk niemiecki	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
11	EFZ205AJJ 3509_46N	j zyk rosyjski	Blok [18/1/2 ECTS]			M	F	18		18											2																						
Razem Blok [18/1/2 ECTS]																																											
						0				18	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	2	0	0	0	0	0	0
Blok [18/1/3 ECTS]																																											
J zyk obcy [moduł]																																											

Lp.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Blok obieralny	SN	SN-PR	GR	Stat. przedm.	Godziny zaj , w tym:																	Liczba godzin																									
								Godziny zaj , w tym:																	I rok						II rok						III rok													
								Razem	w	Inne formy zaj (i)													PK	I sem.			II sem.			III sem.			IV sem.			V sem.			VI sem.											
										lk	k	lb	p	s	s	zt	o	inne	PK	w	i	PK		w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK															
12	EFZ205AJJ 3507_44N	j zyk angielski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																					18	3								
13	EFZ205AJJ 3509_45N	j zyk francuski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																				18	3									
14	EFZ205AJJ 3507_47N	j zyk hiszpa ski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																				18	3									
15	EFZ205AJJ 3508_43N	j zyk niemiecki	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																					18	3								
16	EFZ205AJJ 3509_46N	j zyk rosyjski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																					18	3								
Razem Blok [18/1/3 ECTS]				0				18	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	3	0	0	0				
Blok [18/1/3 ECTS]																																																		
J zyk obcy [modul]																																																		
17	EFZ205AJJ 3507_44N	j zyk angielski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																							18	3						
18	EFZ205AJJ 3509_45N	j zyk francuski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																								18	3					
19	EFZ205AJJ 3507_47N	j zyk hiszpa ski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																								18	3					
20	EFZ205AJJ 3508_43N	j zyk niemiecki	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																								18	3					
21	EFZ205AJJ 3509_46N	j zyk rosyjski	Blok [18/1/3 ECTS]			M	F	18	18											3																								18	3					
Razem Blok [18/1/3 ECTS]				0				18	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	3	0	0	0
Razem OGÓLNOUCZELNIANE				0				78	6	72	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	6	0	1	0	0	0	0	0	18	2	0	18	2	0	18	3	0	18	3	0	18	3	0	18	3	0	18	3	

II	PODSTAWOWE																																																			
1	EFZ205AJJ 3434_2N	geografia społeczno-ekonomiczna				A	O	36	18	18										5	18	18	5																													
2	EFZ205AJJ 3434_4N	podstawy ekonomii				A	O	36	18	18										5	18	18	5																													
3	EFZ205AJJ 3433_7N	podstawy marketingu				A	O	18	9	9										3	9	9	3																													
4	EFZ205AJJ 3434_5N	podstawy zarz dzania				A	O	18	9	9										4	9	9	4																													
5	EFZ205AJJ 3434_6N	polityka społeczno-gospodarcza				A	O	18	9	9										3	9	9	3																													
6	EFZ205AJJ 3434_1N	systemy i techniki informatyczne w gospodarce miejskiej				A	O	18			18									2		18	2																													
7	EFZ205AJJ 3437_8N	wprowadzenie do socjologii				A	O	18	9		9									3	9	9	3																													
8	EFZ205AJJ 3362_11N	analizy ilo ciowe w gospodarce przestrzennej				A	O	36	18		18									4				18	18	4																										
9	EFZ205AJJ 3434_1N	systemy i techniki informatyczne w gospodarce miejskiej				A	O	18			18									2				18	2																											
Razem PODSTAWOWE				0				216	90	0	63	9	54	0	0	0	0	0	0	0	31	72	90	25	18	36	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

III	KIERUNKOWE																																						
-----	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Lp.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Blok obieralny	SN	SN-PR	GR	Stat. przedm.	Liczba godzin																												
								Godziny zaj., w tym:											I rok			II rok			III rok											
								Inne formy zaj. (i)											I sem.			II sem.			III sem.			IV sem.			V sem.			VI sem.		
								Razem	w	lk	k	lb	p	s	s	zt	o	inne	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i
Razem Blok [9/1/1 ECTS]				0				9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Blok [9/1/1 ECTS]																																				
Wykład ogólnouczelniany [moduł]																																				
2	EFZ205AJ 3362_49N	przedmiot do wyboru	Blok [9/1/1 ECTS]			M	F	9	9																											
Razem Blok [9/1/1 ECTS]				0				9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Razem OGÓLNOUCZELNIANE				0				18	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Ł cznie (I)				0				18	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				

1. Informacje dotyczące wyboru przez studenta przedmiotów / modułów, specjalności / specjalizacji

- 1) Kształcenie w zakresie wybranej specjalności jest realizowane od drugiego roku studiów. Wybór specjalności następuje przed zakończeniem zajęć w semestrze drugim, po ewentualnych konsultacjach merytorycznych udzielanych przez koordynatora kierunku, na podstawie indywidualnych deklaracji studentów. Uruchomienie danej specjalności uwarunkowane jest liczbą zadeklarowanych na tę specjalność studentów zgodnie z przepisami obowiązującymi na Uczelni.
- 2) Wybór lektoratu języka obcego odbywa się przed zakończeniem zajęć w semestrze drugim, na podstawie indywidualnych deklaracji studentów. Informacje o liczbie studentów deklarujących wybór konkretnego lektoratu są następnie przekazywane do Akademickiego Centrum Kształcenia Językowego odpowiedzialnego za realizację zajęć językowych.
- 3) Wybór seminarium dyplomowego i związanej z nim pracowni dyplomowej następuje najpóźniej przed zakończeniem zajęć w semestrze trzecim, na podstawie przedłożonej listy dostępnych seminariów, po ewentualnych konsultacjach indywidualnych z poszczególnymi prowadzącymi lub po spotkaniu o charakterze proseminaryjnym organizowanym na życzenie studentów. Przy wyborze seminarium obowiązują limity miejsc przypadających na jedną grupę seminaryjną wynikające z przypisów uczelnianych.

2. PRAKTYKI (podać rodzaj i miejsce praktyki, określić: semestr, liczbę godzin, punkty ECTS)

Studenci kierunku branding w miastach i regionach mają obowiązek odbyć praktyki zawodowe w wymiarze 6 tygodni, których zasadniczym celem jest wzmocnienie efektów uczenia się poprzez praktyczne zastosowanie i weryfikację wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych zdobytych w trakcie studiów. Szczegółowy zakres zadań do realizacji w ramach praktyk zawodowych precyzuje sylabus przedmiotu. Zrealizowanie praktyk zawodowych w pełnym wymiarze jest premiowane 6 pkt. ECTS.

Praktyki mogą być realizowane w dowolnych instytucjach (przedsiębiorstwach), których profil działalności jest zbliżony do treści realizowanych na kierunku branding i marketing terytorialny, w szczególności ci:

- urzędach wojewódzkich i marszałkowskich, starostwach powiatowych, urzędach miast i gmin;
- samorządowych instytucjach kultury i sportu, np. muzeach, bibliotekach, domach kultury, ośrodkach sportu i rekreacji;
- lokalnych i regionalnych agencjach rozwoju, izbach gospodarczych, biurach informacji turystycznej, punktach informacyjnych;
- regionalnych i lokalnych organizacjach pozarządowych (stowarzyszeniach, fundacjach, klubach, towarzystwach, kołach) realizujących zadania związane z brandingiem i marketingiem terytorialnym;
- przedsiębiorstwach komercyjnych działających w zakresie branding i marketingu terytorialnego. np. agencjach marketingowych i brandingowych, pracowniach reklamy, agencjach badawczych.

Praktyki mogą być realizowane w jednej lub kilku instytucjach (przedsiębiorstwach), sumując poszczególne godziny pracy. Szczegółowy program praktyk uzależniony jest od specyfiki instytucji (przedsiębiorstwa), w której będą one realizowane. Praktyki mogą rozpocząć się po zaliczeniu pierwszego roku studiów oraz należy je ukończyć wraz z zakończeniem semestru, w którym zgodnie z planem studiów przewidziane jest zaliczenie, tj. do końca szóstego semestru. Warunkiem zaliczenia praktyk jest ich odbycie w pełnym wymiarze oraz dostarczenie opiekunowi praktyk pełnej dokumentacji potwierdzającej realizację celów i zadań określonych w programie praktyk (dziennik praktyk zawodowych oraz dokumentacja spostrzeżeń) wraz z opinią wystawioną przez osobę odpowiedzialną za przebieg praktyk z ramienia instytucji (przedsiębiorstwa) przyjmującej.

3. WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW

Warunkiem ukończenia studiów jest osiągnięcie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się (zdobycie 180 punktów ECTS), w tym przygotowanie pracy dyplomowej oraz pomyślne złożenie egzaminu dyplomowego

4. WYKAZ EGZAMINÓW I ZALICZE

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z
1	1	geografia społeczno-ekonomiczna [wykład]		1	0	0
		geografia społeczno-ekonomiczna [wiczenia]		0	1	0
		glokalizacja w rozwoju terytorialnym [konwersatorium]		0	1	0
		glokalizacja w rozwoju terytorialnym [wykład]		0	1	0
		gospodarowanie zasobami w sektorze publicznym [wykład]		0	1	0
		gospodarowanie zasobami w sektorze publicznym [wiczenia]		0	1	0
		ochrona własno ci intelektualnej [wykład]		0	1	0
		podstawy ekonomii [wykład]		1	0	0
		podstawy ekonomii [wiczenia]		0	1	0
		podstawy marketingu [wykład]		1	0	0
		podstawy marketingu [wiczenia]		0	1	0
		podstawy zarz dzania [wykład]		1	0	0
		podstawy zarz dzania [wiczenia]		0	1	0
		polityka społeczno-gospodarcza [wykład]		0	1	0
		polityka społeczno-gospodarcza [wiczenia]		0	1	0
		systemy i techniki informatyczne w gospodarce miejskiej [laboratorium]		0	1	0
		szkolenie BHP [wykład]		0	0	1
		szkolenie biblioteczne [wykład]		0	0	1
		wprowadzenie do socjologii [konwersatorium]		0	1	0
		wprowadzenie do socjologii [wykład]		0	1	0
Razem semestr 1				4	14	2
2	2	analizy ilo ciowe w gospodarce przestrzennej [laboratorium]		0	1	0
		analizy ilo ciowe w gospodarce przestrzennej [wykład]		0	1	0
		audyt zasobów terytorialnych [wykład]		0	1	0
		audyt zasobów terytorialnych [zaj cia terenowe]		0	1	0
		audyt zasobów terytorialnych [wiczenia]		0	1	0
		ekonomika miast i regionów [wykład]		1	0	0
		ekonomika miast i regionów [wiczenia]		0	1	0
		marka terytorialna [wykład]		1	0	0
		marka terytorialna [wiczenia]		0	1	0
		marketing terytorialny [wykład]		1	0	0
		marketing terytorialny [wiczenia]		0	1	0

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z
1	2	samorz d terytorialny [wykład]		1	0	0
		samorz d terytorialny [wiczenia]		0	1	0
		systemy i techniki informatyczne w gospodarce miejskiej [laboratorium]		0	1	0
		Razem semestr 2		4	10	0
	Razem rok 1		8	24	2	
2	3	badania marketingowe w uj ciu miejskim i regionalnym [wykład]		0	1	0
		badania marketingowe w uj ciu miejskim i regionalnym [wiczenia]		0	1	0
		etyczne aspekty promocji miast i regionów [konwersatorium]	promocja miast i regionów	0	1	0
		etyczne aspekty promocji miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0
		finansowanie promocji jednostek samorz du terytorialnego [wykład]	promocja miast i regionów	1	0	0
		finansowanie promocji jednostek samorz du terytorialnego [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0
		infrastruktura komunalna [wykład]		0	1	0
		infrastruktura komunalna [wiczenia]		0	1	0
		j zyk angielski [lektorat]		0	1	0
		j zyk francuski [lektorat]		0	1	0
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		0	1	0
		j zyk niemiecki [lektorat]		0	1	0
		j zyk rosyjski [lektorat]		0	1	0
		kreowanie efektu pochodzenia [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		kreowanie efektu pochodzenia [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		kreowanie produktów miejskich i regionalnych [laboratorium]	promocja miast i regionów	0	1	0
		metody analizy regionalnej [laboratorium]		0	1	0
		metody analizy regionalnej [wykład]		0	1	0
		podstawy gospodarki przestrzennej [wykład]		0	1	0
		podstawy gospodarki przestrzennej [wiczenia]		0	1	0
		projektowanie marki lokalnej [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		przeds i biorczo terytorialna [wykład]		1	0	0
		przeds i biorczo terytorialna [wiczenia]		0	1	0
to samo terytorialna [wykład]	kreowanie marek lokalnych	1	0	0		
to samo terytorialna [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0		
zbiorowo ci terytorialne [wykład]		0	1	0		

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z
2	3	zbiorowo ci terytorialne [wiczenia]		0	1	0
		Razem semestr 3			3	24
	4	analiza wizerunku miast i regionów [wykład]		1	0	0
		analiza wizerunku miast i regionów [wiczenia]		0	1	0
		instrumenty promocji miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	1	0	0
		instrumenty promocji miast i regionów [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0
		j zyk angielski [lektorat]		0	1	0
		j zyk francuski [lektorat]		0	1	0
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		0	1	0
		j zyk niemiecki [lektorat]		0	1	0
		j zyk rosyjski [lektorat]		0	1	0
		komunikacja marketingowa miast i regionów [wykład]		1	0	0
		komunikacja marketingowa miast i regionów [wiczenia]		0	1	0
		metody analizy regionalnej [laboratorium]		0	1	0
		metody analizy regionalnej [wykład]		1	0	0
		promocja w gospodarowaniu nieruchomo ciami gminy [laboratorium]	promocja miast i regionów	0	1	0
		promocja w gospodarowaniu nieruchomo ciami gminy [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0
		regionalna polityka innowacyjna [konwersatorium]		0	1	0
		rozwój lokalny i regionalny [wykład]		1	0	0
		rozwój lokalny i regionalny [wiczenia]		0	1	0
		seminarium dyplomowe [seminarium]		0	1	0
		strategia komunikacji marki lokalnej [wykład]	kreowanie marek lokalnych	1	0	0
	strategia komunikacji marki lokalnej [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
	systemy identyfikacji wizualnej marek lokalnych [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
	systemy identyfikacji wizualnej marek lokalnych [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
	Razem semestr 4			6	17	0
	Razem rok 2			9	41	0
3	5	GIS (Geographic Information System) w marketingu terytorialnym [laboratorium]		0	1	0
		GIS (Geographic Information System) w marketingu terytorialnym [wykład]		0	1	0
		atrakcyjno inwestycyjna regionów [wykład]		0	1	0
		atrakcyjno inwestycyjna regionów [wiczenia]		0	1	0
		atrakcyjno osiedle cza regionów [wykład]		0	1	0

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z	
3	5	atrakcyjno osiedle cza regionów [wiczenia]		0	1	0	
		atrakcyjno turystyczna regionów [wykład]		0	1	0	
		atrakcyjno turystyczna regionów [wiczenia]		0	1	0	
		j zyk angielski [lektorat]		0	1	0	
		j zyk francuski [lektorat]		0	1	0	
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		0	1	0	
		j zyk niemiecki [lektorat]		0	1	0	
		j zyk rosyjski [lektorat]		0	1	0	
		kształtowanie kapitału ludzkiego w regionie [wykład]		0	1	0	
		kształtowanie kapitału ludzkiego w regionie [wiczenia]		0	1	0	
		narz dzia informatyczne w branding u terytorialnym [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
		narz dzia informatyczne w branding u terytorialnym [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
		narz dzia informatyczne w promocji miast i regionów [laboratorium]	promocja miast i regionów	0	1	0	
		narz dzia informatyczne w promocji miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0	
		partnerstwo terytorialne [wykład]	promocja miast i regionów	1	0	0	
		partnerstwo terytorialne [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0	
		pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]		0	1	0	
		seminarium dyplomowe [seminarium]		0	1	0	
		systemy analizy danych w promocji miast i regionów [laboratorium]		0	1	0	
		systemy analizy danych w promocji miast i regionów [wykład]		0	1	0	
	zarz dzianie jednostk samorz du terytorialnego [wykład]		1	0	0		
	zarz dzianie jednostk samorz du terytorialnego [wiczenia]		0	1	0		
	zarz dzianie mark lokaln [wykład]	kreowanie marek lokalnych	1	0	0		
	zarz dzianie mark lokaln [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0		
	Razem semestr 5				3	26	0
	6	e-marketing miast i regionów [laboratorium]		0	1	0	
		e-marketing miast i regionów [wykład]		0	1	0	
		j zyk angielski [lektorat]		1	0	0	
		j zyk francuski [lektorat]		1	0	0	
j zyk hiszpa ski [lektorat]			1	0	0		
j zyk niemiecki [lektorat]			1	0	0		
j zyk rosyjski [lektorat]			1	0	0		

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z
3	6	media społeczno ciowe w kreowaniu marek lokalnych [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		metody jako ciowe w badaniu miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0
		metody jako ciowe w badaniu miast i regionów [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0
		obsługa klienta w administracji samorz dowej [wiczenia]		0	1	0
		pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]		0	1	0
		praktyki zawodowe [praktyka]		0	0	1
		promocja eventów miejskich i regionalnych [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0
		promocja eventów miejskich i regionalnych [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0
		rewitalizacja miejsc [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		rewitalizacja miejsc [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		seminarium dyplomowe [seminarium]		0	1	0
		społeczno-gospodarcze aspekty polityki municypalnej [konwersatorium]		0	1	0
		wyst pienia publiczne i sztuka prezentacji [wiczenia]		0	1	0
		Razem semestr 6				5
Razem rok 3				8	40	1

Obja nienia:

E egzamin

zo zaliczenie z ocen

z zaliczenie

w wykład

* inne formy zaj (i)

lk lektorat

wiczenia

k konwersatoria

lb laboratoria

p pracownia dyplomowa

s seminarium dyplomowe

s wiczenia specjalistyczne

zt zaj cia terenowe

o obóz

pk punkty ECTS

Stat.przedm. status przedmiotu

O/F obowi zkowy/fakultatywny

SN standardy nauczycielskie (wypełni tylko dla kierunków kształc cych nauczycieli wpisuj c "N" w rubryce)

SN-PR liczba godzin praktyk (wypełni tylko dla kierunków kształc cych nauczycieli wpisuj c "N" w rubryce)

GR Grupa

A/M administracyjna/ modułowa

podpis dziekana