

## **PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: Komunikacja wizerunkowa (reklama, public relations, branding)**

### **Studia stacjonarne**

### **I stopnia (licencjackie)**

### **SPECJALNOŚĆ: public relations**

### **PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2016/2017**

#### **KWALIFIKACJE ABSOLWENTA:**

Absolwenci studiów na kierunku Komunikacja wizerunkowa (reklama, public relations, branding), specjalność Public Relations posiadają rozbudowaną wiedzę i kompetencje z zakresu budowania wizerunku i zarządzania komunikacją podmiotów funkcjonujących w sferze komunikacji publicznej. W szczególności zyskują kompetencje związane z projektowaniem i realizacją strategii public relations (komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej), stosowania adekwatnych instrumentów i narzędzi public relations, budowania i podtrzymywania relacji z mediami, tworzenia tekstów informacyjnych i wizerunkowych, projektowania i realizacji systemów komunikacji wizualnej, narzędzi ewaluacji i oceny efektywności PR, wdrażania strategii CSR oraz wykorzystania różnych typów mediów (w tym także mediów społecznościowych) w komunikacji public relations. Absolwenci uzyskują też szersze kompetencje z zakresu marketingu i komunikacji marketingowej, zarządzania komunikacją oraz procesów kreatywnych.

Podstawowe obszary, jakie wchodzą w zakres kształcenia, są następujące:

- wprowadzenie teoretyczne do zagadnień komunikacji społecznej i miejsca Public Relations w dyskursie komunikacyjnym: relacje między teorią a praktyką PR, PR a dziennikarstwo, PR a reklama i marketing, etyka PR;
- budowanie tekstów PR: relacje pomiędzy medium a konstrukcją tekstu, segmentacja mediów polskich, konstrukcja komunikatów w relacji z celem komunikacji;
- warsztat pracy PR-owca: znajomość podstawowych narzędzi komunikacji, umiejętność doboru odpowiednich narzędzi, zarządzanie nimi, kosztorysowanie, elementy zarządzania projektami PR, strategia PR;
- znajomość rynku Public Relations: trendy, rozwój, media, konkurencja i otoczenie, wiedza na temat możliwości stojących przed absolwentami specjalizacji PR;
- specyfika instrumentów PR w zależności od sfer i zakresu działania (PR produktowy, PR korporacyjny, PR finansowy itp.);
- rozwijanie kompetencji komunikacyjnej (negocjacje, autoprezentacja, występowanie przed kamerą, copywriting itp.).

Absolwenci specjalności Public Relations pracować w następujących obszarach:

1. Współpraca z klientami zewnętrznymi: doradztwo, zarządzanie komunikacją, szkolenia (freelancer), prowadzenie własnej agencji PR.
2. Zatrudnienie w dziale PR (marketingu, zarządzania komunikacją itp.) w firmie/instytucji.
3. Rzecznictwo prasowe: nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów z mediami, pisanie tekstów informacyjnych i wizerunkowych, organizowanie konferencji prasowych, prowadzenie negocjacji i mediacji w sytuacjach kryzysowych itp.

Absolwent specjalności Public Relations zdobędzie więc przygotowanie umożliwiające mu pełnienie następujących funkcji:

- doradca w zakresie komunikacji w przedsiębiorstwach i firmach komercyjnych;
- doradca kreujący wizerunek osób publicznych (polityków, ludzi show-bussinesu);

- doradca kreujący wizerunek organizacji i instytucji;
- pracownik działów Public Relations i kreowania wizerunku rozmaitych podmiotów;
- trener w zakresie PR, kreowania wizerunku i skutecznej komunikacji;
- rzecznik prasowy instytucji komercyjnych, politycznych itp.
- specjalista z zakresu Media Relations;
- doradca w zakresie prezentacji osobistej i negocjacji;
- organizator wydarzeń specjalnych (tzw. eventów);
- doradca w zakresie tworzenia i realizowania strategii sponsoringowej i lobbingowej.
- absolwent specjalności będzie także przygotowany do założenia własnej agencji świadczącej usługi w zakresie Public Relations, reklamy, kontaktów z mediami i kreowania wizerunku.

Specjalność Public Relations charakteryzuje się więc przede wszystkim zwróceniem uwagi studentów na budowę relacji i dialogu pomiędzy organizacją a jej otoczeniem. Poprzez organizację rozumie się jednostki pierwszego (samorządy, jednostki administracyjne, urzędy), drugiego (firmy, przedsiębiorstwa i korporacje) oraz trzeciego (NGO) sektora. Studia zapewniają doskonałą znajomość narzędzi PR, otoczenia mediowego a także kształtowanie ponadprzeciętnej kompetencji językowej (komunikacyjnej). Ponadto, specjalność Public Relations uczy kreatywnych rozwiązań komunikacyjnych, opartych na zarządzaniu przez cele. Studia umożliwią realizację projektów promocyjnych, dzięki czemu absolwent kierunku przygotowany będzie do podjęcia wyzwań na rynku pracy.

#### PRZEDMIOTY OBOWIĄZKOWE

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Teorie komunikacji	60	7	
2.	Communication design	30	3	
3.	Dyskursy mediów	60	7	
4.	Filozofia	30	3	
5.	Media relations	30	3	
6.	Branding	30	3	
7.	Socjologia	30	4	
8.	Komunikowanie wizerunku	30	3	
9.	Retoryka i erystyka	30	3	
10.	Badania empiryczne	30	3	
11.	Prawo autorskie (reklamy, brandingu i PR)	30	3	
12.	Proces kreatywny	30	3	
13.	Warsztat tekstów użytkowych	30	3	
14.	Komunikacja wizualna	30	4	
15.	Diagnostyka komunikacji	15	3	
16.	Project management	15	3	
17.	Projektowanie graficzne	30	3	
18.	Teamwork i teammanagement	30	3	
19.	Etyka public relations	30	4	

20.	Techniki PR	30	3	
21.	Praca z kamerą i mikrofonem	30	3	
22.	Event jako narzędzie PR	15	3	
23.	Rzecznictwo prasowe	30	4	
24.	PR w Internecie	15	4	
25.	Metody prezentacji osobistej	30	3	
26.	Propaganda i zasady komunikowania perswazyjnego	30	3	
27.	Style życia	30	3	
28.	Assesment Center	30	2	
29.	Strategia PR	15	2	
30.	Internal relations	30	3	
31.	PR w administracji	30	2	
32.	Seminarium licencjackie	60	13	
33.	Psychologia społeczna	30	2	
34.	Zarządzanie kryzysem	30	2	
35.	Metody prezentacji danych	30	2	
36.	Przygotowanie i prezentacja projektu	30	4	
37.	Myślenie projektowe	30	3	
38.	Marketing i PR w polityce	30	3	
39.	Zarządzanie agencją PR	30	4	
40.	PR organizacji pozarządowych	30	4	
41.	Język obcy	180	8	
42.	Wychowanie fizyczne	30	1	
43.	Podstawy przedsiębiorczości	15	1	

**PRZEDMIOTY DO WYBORU:**

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Strategia promocji – warsztat	30	2	
2.	Komunikacja marketingowa – warsztat	30	2	
3.	Audyt komunikacji wewnętrznej	30	2	
4.	Researching	30	2	
5.	Copywriting	30	2	
6.	Negocjacje i mediacje	30	2	
7.	Wizerunek osób publicznych	30	2	
8.	Kultura organizacji	30	2	
9.	Community relations	30	2	
10.	PR instytucji multikulturowych	30	2	

11.	PR finansowy	30	2	
12.	PR korporacyjny - warsztat	30	2	
13.	PR produktowy – warsztat	30	2	
14.	PR miast i regionów	30	2	
15.	Blog jako narzędzie PR	30	2	
16.	Fotografia wizerunkowa	30	2	
17.	Komunikacja w sieciach społecznych	30	2	
18.	Personal branding	30	2	
19.	Zarządzanie marką	30	2	
20.	Niestandardowa komunikacja marketingowa	30	2	

#### **PRAKTYKI**

**60 godzin**

#### **WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW I UZYSKANIA TYTUŁU ZAWODOWEGO DANEGO KIERUNKU/SPECJALNOŚCI**

Pozytywna ocena egzaminu dyplomowego, polegającego na obronie wcześniej przygotowanego projektu pozostającego w związku z kierunkiem studiów.

#### **INNE WYMAGANIA**

Egzamin z języka obcego na poziomie biegłości B2 Europejskiego Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

**PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: Komunikacja wizerunkowa (reklama, public relations, branding)****SPECJALNOŚĆ: public relations****I ROK STUDIÓW****1 semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Teorie komunikacji	O	Wykład	30	4	E
2.	Teorie komunikacji	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
3.	Communication design	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
4.	Dyskursy mediów	O	Wykład.	30	4	E
5.	Dyskursy mediów	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
6.	Filozofia	O	ćwiczenia	30	3	Zo
7.	Media relations	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
8.	Branding	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
9.	Socjologia	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
10.	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Zo
<b>Razem</b>				<b>330</b>	<b>30</b>	-----

**2 Semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Komunikowanie wizerunku	O	Wykład	30	3	Zo
2.	Retoryka i erystyka	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
3.	Badania empiryczne	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
4.	Prawo autorskie (reklamy, branding i PR)	O	Konwers	30	3	Zo
5.	Proces kreatywny	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
6.	Warsztat tekstów użytkowych	O	Warsztat	30	3	Zo
7.	Komunikacja wizualna	O	Wykład	30	4	E
8.	Przedmiot opcyjny 1	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
9.	Przedmiot opcyjny 2	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
10.	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Z
<b>Razem</b>				<b>330</b>	<b>30</b>	-----

## II ROK STUDIÓW

### 3 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Diagnostyka komunikacji	O	Ćwiczenia	15	3	Zo
2.	Project management	O	Konwers.	15	3	Zo
3.	Projektowanie graficzne	O	Warsztat	30	3	Zo
4.	Teamwork i teammanagement	O	Warsztat	30	3	Zo
5.	Etyka public relations	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
6.	Techniki PR	O	Warsztat	30	3	Zo
7.	Praca z kamerą i mikrofonem	O	Warsztat	30	3	Zo
8.	Event jako narzędzie PR	O	Warsztat	30	3	Zo
9.	Przedmiot opcyjny 3	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 4	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
11.	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Z
12.	Wychowanie fizyczne	O	Ćwiczenia	30	1	Zo
<b>Razem</b>				<b>345</b>	<b>30</b>	-----

### 4 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Rzecznictwo prasowe	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
2.	PR w Internecie	O	Warsztat	15	4	Zo
3.	Metody prezentacji osobistej	O	Warsztat	30	3	Zo
4.	Propaganda i zasady komunikowania perswazyjnego	O	Konwers.	30	3	Zo
5.	Style życia	O	Warsztat	30	3	Zo
6.	Assesment Center	O	Warsztat	30	2	Zo
7.	Strategia PR	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
8.	Internal Relations	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
9.	PR w administracji	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 5	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
11.	Przedmiot opcyjny 6	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
<b>Razem</b>				<b>315</b>	<b>30</b>	-----

### III ROK STUDIÓW

#### 5 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	30	5	Zo
2.	Psychologia społeczna	O	Wykład	30	2	E
3.	Zarządzanie kryzysem	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
4.	Metody prezentacji danych	O	Ćwiczenia	30	2	Zo
5.	Przedmiot opcyjny 7	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
6.	Przedmiot opcyjny 8	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 9	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 10	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
9.	Praktyki zawodowe	O		60	2	Zo
10.	Język obcy	O			8	E
11.	Podstawy przedsiębiorczości	O	Konwersatorium	15	1	Zo
<b>Razem</b>				<b>315</b>	<b>30</b>	-----

#### 6 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	30	8	Zo
2.	Przygotowanie i prezentacja projektu	O	Konwers.	30	4	Zo
3.	Myślenie projektowe	O	Warsztat	30	3	Zo
4.	Marketing i PR w polityce	O	Ćwiczenia	30	3	Zo
5.	Zarządzanie agencją PR	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
6.	PR organizacji pozarządowych	O	Ćwiczenia	30	4	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 11	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 12	F	Ćwiczenia	30	2	Zo
<b>Razem</b>				<b>240</b>	<b>30</b>	-----