

## **PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: dziennikarstwo i komunikacja społeczna**

**FORMA STUDIÓW:** stacjonarne

**SPECJALNOŚĆ:** Media relations

**POZIOM:** II

**PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2019/2020**

### **KWALIFIKACJA ABSOLWENTA:**

Absolwent studiów II stopnia specjalności Media relations wyposażony jest w zestaw umiejętności potrzebnych przedstawicielom firm, instytucji publicznych i innych podmiotów odpowiedzialnym za współpracę z mediami w kształtowaniu pozytywnego wizerunku organizacji. Absolwent specjalności przygotowany jest do pracy w roli rzecznika prasowego, pracownika działu czy agencji public relations, przedstawiciela działów marketingu i promocji.

Korzyści z wiedzy zdobytej podczas studiów mogą także czerpać osoby, które zamierzają pracować w szeroko pojętej sferze publicznej, m.in. polityce, biznesie, administracji państwowej, niekoniecznie w roli specjalistów ds. promocji. Posiadana wiedza i umiejętności mogą być im bowiem przydatne do skutecznej współpracy z organizacjami medialnymi i budowania korzystnego wizerunku za pośrednictwem mediów.

Absolwent specjalności Media relations posiada wysoce specjalistyczną wiedzę i praktyczne umiejętności w obszarze współpracy z dziennikarzami, w tym:

- zna metody i techniki współpracy z mediami (tradycyjne i niekonwencjonalne),
- potrafi posługiwać się narzędziami prawnymi pomocnymi w kontaktach z mediami,
- umie przygotowywać poprawne materiały prasowe,
- posiada umiejętności poprawnej autoprezentacji w prasie drukowanej, radiu, telewizji i Internecie.

Absolwenci specjalności Media relations mogą pracować w następujących obszarach:

- współpraca z klientami zewnętrznymi: doradztwo, zarządzanie komunikacją, szkolenia (freelancer), prowadzenie własnej agencji media relations,
- działy media relations (marketingu, zarządzania komunikacją itp.) w firmie lub instytucji publicznej,
- 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 Media relations posiada więc przygotowanie umożliwiające mu pełnienie następujących funkcji:

- doradca w zakresie komunikacji w przedsiębiorstwach i firmach komercyjnych;
- doradca kreujący wizerunek organizacji i instytucji;
- pracownik działów Media Relations i kreowania wizerunku rozmaitych podmiotów;
- rzecznik prasowy instytucji komercyjnych, politycznych itp.
- specjalista z zakresu Media Relations;
- doradca w zakresie prezentacji osobistej i negocjacji;
- absolwent specjalności będzie także przygotowany do założenia własnej agencji świadczącej usługi w zakresie Media Relations, reklamy, kontaktów z mediami i kreowania wizerunku.

Specjalność Media Relations charakteryzuje się więc przede wszystkim zwróceniem uwagi studentów na budowę relacji i dialogu pomiędzy organizacją a mediami. Poprzez organizację rozumie się jednostki pierwszego (samorządy, jednostki administracyjne, urzędy), drugiego (firmy, przedsiębiorstwa i korporacje) oraz trzeciego (NGO) sektora. Studia zapewniają doskonałą znajomość narzędzi komunikacji z mediami, otoczenia mediowego a także kształtowanie ponadprzeciętnej kompetencji językowej (komunikacyjnej). Ponadto, specjalność Media 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.	Kultura współczesna	15	5	
2.	Wstęp do medioznawstwa	15	5	
3.	Pragmatyka języka	15	4	
4.	Filozofia współczesna	30	4	
5.	Media lokalne	30	4	
6.	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	15	5	
7.	Metody badań medioznawczych	30	4	
8.	Prawne aspekty funkcjonowania mediów	15	3	
9.	Zarządzanie zespołem	30	4	
10.	Rzecznictwo prasowe	30	4	
11.	Materiały i teksty PR	30	4	
12.	Media relations	30	3	
13.	Dyskursy mediów	30	3	
14.	Warsztat tekstów użytkowych	30	4	
15.	Ekonomia mediów	30	3	
16.	Controlling w media relations	30	3	
17.	Nowe media	30	6	
18.	Seminarium magisterskie	90	28	
19.	Information design	30	6	
20.	Język obcy	60	4	
21.	Przedsiębiorczość: praca, kariera, biznes	15	1	

### PRZEDMIOTY DO WYBORU:

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Metody prezentacji danych	30	2	
2.	Praca z kamerą i mikrofonem	30	2	
3.	Fotografia wizerunkowa	30	2	
4.	Język reklamy radiowej i telewizyjnej	30	2	
5.	Emisja głosu	30	2	
6.	Organizacja imprez masowych	30	2	

7.	Komunikowanie ciałem	30	2	
8.	Zarządzanie informacją	30	2	
9.	Autoprezentacja	30	2	
10.	Systemy identyfikacji wizualnej	30	2	
11.	Psychologia w media relations	30	2	
12.	Media relations w polityce	30	2	
13.	Warsztat reklamy	30	2	
14.	Warsztat kreatywności	30	2	

**WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW I UZYSKANIA TYTUŁU  
DANEGO KIERUNKU/SPECJALNOŚCI/SPECJALIZACJI**

Pozytywna ocena z pracy dyplomowej oraz pozytywna ocena z egzaminu magisterskiego. Praca może mieć charakter projektu poprzedzonego wprowadzeniem teoretycznym.

**INNE WYMAGANIA**

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

**PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: dziennikarstwo i komunikacja społeczna****SPECJALNOŚĆ: Media relations****POZIOM: II****I semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1.	Kultura współczesna	O	Wykład	30	5	E
2.	Prawne aspekty funkcjonowania mediów	O	Wykład	15	4	E
3.	Pragmatyka języka	O	ćwiczenia	30	4	Z/o
4.	Filozofia współczesna	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
5.	Media lokalne	O	ćwiczenia	30	4	Z/o
6.	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	O	ćwiczenia	30	5	Z/o
7.	Metody badań medioznawczych	O	ćwiczenia	30	4	Z/o
8.	Język obcy	O	ćwiczenia	60	0	Z
<b>Razem</b>				<b>255</b>	<b>30</b>	-----

**II semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1	Wstęp do medioznawstwa	O	ćwiczenia	30	5	Z/o
2	Zarządzanie zespołem	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
3	Rzecznictwo prasowe	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
4	Materiały i teksty PR	O	Warsztat	30	4	Z/o
5	Media relations	O	Warsztat	30	3	Z/o
6	Przedmiot opcyjny I	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
7	Seminarium magisterskie	O	Seminarium	30	7	Z/o
8	Przedsiębiorczość: praca, kariera, biznes	O	konwersatorium	15	1	Z/o
<b>Razem</b>				<b>225</b>	<b>30</b>	-----

## II ROK STUDIÓW

### III semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Dyskursy mediów	O	warsztat	30	3	Z/o
2	Seminarium magisterskie	O	seminarium	30	9	Z/o
3	Warsztat tekstów użytkowych	O	warsztat	30	4	Z/o
4	Ekonomia mediów	O	wykład	30	3	E
5	Controlling w media relations	O	ćwiczenia	30	3	Z/o
6	Przedmiot opcyjny I	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
7	Przedmiot opcyjny II	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
8	Język obcy	O			4	E
<b>Razem</b>				<b>210</b>	<b>30</b>	-----

### VI semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Nowe media	O	Wykład	30	6	E
2	Seminarium magisterskie	F	seminarium	30	12	Z/o
3	Information design	O	ćwiczenia	30	6	Z/o
4	Przedmiot opcyjny I	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
5	Przedmiot opcyjny II	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
6	Przedmiot opcyjny III	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
<b>Razem</b>				<b>180</b>	<b>30</b>	-----