

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

Studia niestacjonarne

I stopnia (licencjackie)

SPECJALNOŚĆ: public relations

PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2019/2020

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	36	6	
2.	Communication design	18	3	
3.	Dyskursy mediów	36	6	
4.	Filozofia	18	3	
5.	Media relations	18	3	
6.	Branding	18	3	
7.	Socjologia	18	3	
8.	Komunikowanie wizerunku	18	3	
9.	Retoryka i erystyka	18	3	
10.	Badania empiryczne	18	3	
11.	Prawo autorskie	18	3	
12.	Proces kreatywny	18	3	
13.	Warsztat tekstów użytkowych	18	3	
14.	Komunikacja wizualna	18	4	
15.	Diagnostyka komunikacji	18	2	
16.	Project management	18	3	
17.	Projektowanie graficzne	18	3	
18.	Teamwork i teammanagement	18	3	
19.	Etyka public relations	18	3	

20.	Techniki PR	18	3	
21.	Praca z kamerą i mikrofonem	18	3	
22.	Event jako narzędzie PR	18	3	
23.	Rzecznictwo prasowe	18	4	
24.	PR w Internecie	18	4	
25.	Metody prezentacji osobistej	18	3	
26.	Propaganda i zasady komunikowania perswazyjnego	18	3	
27.	Style życia	18	3	
28.	Assesment Center	18	2	
29.	Strategia PR	18	2	
30.	Internal relations	18	3	
31.	PR w administracji	18	2	
32.	Seminarium licencjackie	36	13	
33.	Psychologia społeczna	18	3	
34.	Zarządzanie kryzysem	18	2	
35.	Metody prezentacji danych	18	2	
36.	Przygotowanie i prezentacja projektu	18	4	
37.	Myślenie projektowe	18	3	
38.	Marketing i PR w polityce	18	3	
39.	Zarządzanie agencją PR	18	4	
40.	PR organizacji pozarządowych	18	4	
41.	Język obcy	120	8	
42.	Rynek pracy	9	1	

PRZEDMIOTY DO WYBORU:

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Strategia promocji – warsztat	18	2	
2.	Komunikacja marketingowa – warsztat	18	2	
3.	Audyt komunikacji wewnętrznej	18	2	
4.	Researching	18	2	
5.	Copywriting	18	2	
6.	Negocjacje i mediacje	18	2	
7.	Wizerunek osób publicznych	18	2	
8.	Kultura organizacji	18	2	
9.	Community relations	18	2	
10.	PR instytucji multikulturowych	18	2	
11.	PR finansowy	18	2	

12.	PR korporacyjny – warsztat	18	2	
13.	PR produktowy – warsztat	18	2	
14.	PR miast i regionów	18	2	
15.	Blog jako narzędzie PR	18	2	
16.	Fotografia wizerunkowa	18	2	
17.	Komunikacja w sieciach społecznych	18	2	
18.	Personal branding	18	2	
19.	Zarządzanie marką	18	2	
20.	Niestandardowa komunikacja marketingowa	18	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	18	4	E
2.	Teorie komunikacji	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
3.	Communication design	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
4.	Dyskursy mediów	O	Wykład.	18	4	E
5.	Dyskursy mediów	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
6.	Filozofia	O	ćwiczenia	18	3	Zo
7.	Public relations	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
8.	Branding	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
9.	Socjologia	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
10.	Psychologia społeczna	O	Wykład	18	3	E
11.	Język obcych	O	Ćwiczenia	30	0	Zo
Razem				210	30	-----

2 Semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Komunikowanie wizerunku	O	Wykład	18	3	E
2.	Retoryka i erystyka	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
3.	Teamwork i teammanagement	O	Warsztat	18	3	Zo
4.	Badania empiryczne	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
5.	Prawo autorskie	O	Konwers	18	4	Zo
6.	Proces kreatywny	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
7.	Warsztat tekstów użytkowych	O	Warsztat	18	3	Zo
8.	Komunikacja wizualna	O	Wykład	18	4	E
9.	Przedmiot opcyjny 1	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 2	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
11.	Język obcy	O	Ćwiczenia	30	0	Z
Razem				210	30	-----

II ROK STUDIÓW

3 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Diagnostyka komunikacji	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
2.	Project management	O	Konwers.	18	4	Zo
3.	Projektowanie graficzne	O	Warsztat	18	3	Zo
4.	Etyka public relations	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
5.	Techniki PR	O	Warsztat	18	5	Zo
6.	Praca z kamerą i mikrofonem	O	Warsztat	18	3	Zo
7.	Event jako narzędzie PR	O	Warsztat	18	3	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 3	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
9.	Przedmiot opcyjny 4	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
10.	Język obcy	O	Ćwiczenia	30	0	Z
12.	Rynek pracy	O	Konwersatorium	9	1	Zo
Razem				201	30	-----

4 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Rzecznictwo prasowe	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
2.	PR w Internecie	O	Warsztat	18	4	Zo
3.	Media relations	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
4.	Propaganda i zasady komunikowania perswazyjnego	O	Konwers.	18	3	Zo
5.	Style życia	O	Warsztat	18	3	Zo
6.	Assesment Center	O	Warsztat	18	2	Zo
7.	Strategia PR	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
8.	Internal Relations	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
9.	PR w administracji	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
10.	Przedmiot opcyjny 5	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
11.	Przedmiot opcyjny 6	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
12.	Język obcy	O	Ćwiczenia	30	0	Z
Razem				228	30	-----

III ROK STUDIÓW

5 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	18	5	Zo
2.	Metody prezentacji osobistej	O	Warsztat	18	3	Zo
3.	Zarządzanie kryzysem	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
4.	Metody zbierania i prezentacji danych	O	Ćwiczenia	18	2	Zo
5.	Przedmiot opcyjny 7	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
6.	Przedmiot opcyjny 8	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 9	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 10	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
9.	Praktyki zawodowe	O	Praktyki	60	2	Zo
10.	Język obcy	O			8	E
Razem				204	30	-----

6 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Seminarium licencjackie	O	Ćwiczenia	18	8	Zo
2.	Przygotowanie i prezentacja projektu	O	Konwers.	18	4	Zo
3.	Myślenie projektowe	O	Warsztat	18	3	Zo
4.	Marketing i PR w polityce	O	Ćwiczenia	18	3	Zo
5.	Zarządzanie agencją PR	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
6.	PR organizacji pozarządowych	O	Ćwiczenia	18	4	Zo
7.	Przedmiot opcyjny 11	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
8.	Przedmiot opcyjny 12	F	Ćwiczenia	18	2	Zo
Razem				144	30	-----