

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

Studia stacjonarne

I stopnia (licencjackie)

SPECJALNOŚĆ: public relations

PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2022/2023

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 lobbngowej.
- 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 | 6 | |
| 2. | Communication design | 30 | 3 | |
| 3. | Dyskursy mediów | 60 | 6 | |
| 4. | Filozofia | 30 | 3 | |
| 5. | Media relations | 30 | 3 | |
| 6. | Branding | 30 | 3 | |
| 7. | Socjologia | 30 | 3 | |
| 8. | Komunikowanie wizerunku | 30 | 3 | |
| 9. | Retoryka i erystyka | 30 | 3 | |
| 10. | Badania empiryczne | 30 | 3 | |
| 11. | Prawo autorskie | 30 | 3 | |
| 12. | Proces kreatywny | 30 | 3 | |
| 13. | Warsztat tekstów użytkowych | 30 | 3 | |
| 14. | Komunikacja wizualna | 30 | 6 | |
| 15. | Diagnostyka komunikacji | 15 | 3 | |
| 16. | Project management | 30 | 4 | |
| 17. | Projektowanie graficzne | 30 | 3 | |
| 18. | Teamwork i teammanagement | 30 | 3 | |
| 19. | Etyka public relations | 30 | 3 | |

| | | | | |
|-----|---------------------------------------|-----|----|--|
| 20. | Techniki PR | 30 | 4 | |
| 21. | Praca z kamerą i mikrofonem | 30 | 3 | |
| 22. | Event jako narzędzie PR | 30 | 3 | |
| 23. | Rzecznictwo prasowe | 30 | 4 | |
| 24. | PR w Internecie | 30 | 4 | |
| 25. | Metody prezentacji osobistej | 30 | 2 | |
| 26. | Style życia | 30 | 3 | |
| 27. | Assesment Center | 30 | 2 | |
| 28. | Strategia PR | 30 | 5 | |
| 29. | Internal relations | 30 | 3 | |
| 30. | PR w administracji | 30 | 2 | |
| 31. | Seminarium licencjackie | 60 | 13 | |
| 32. | Psychologia społeczna | 30 | 3 | |
| 33. | Zarządzanie kryzysem | 30 | 2 | |
| 34. | Metody zbierania i prezentacji danych | 30 | 2 | |
| 35. | Myślenie projektowe | 30 | 6 | |
| 36. | Marketing i PR w polityce | 30 | 6 | |
| 37. | Zarządzanie agencją PR | 30 | 5 | |
| 38. | Język obcy | 180 | 12 | |
| 39. | Wychowanie fizyczne | 60 | 0 | |
| 40. | Rynek pracy | 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. | Audyty 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 | 2 | Zo |
| 3. | Communication design | O | Ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 4. | Dyskursy mediów | O | Wykład. | 30 | 4 | E |
| 5. | Dyskursy mediów | O | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 6. | Filozofia | O | ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 7. | Public relations | O | Ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 8. | Branding | O | Ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 9. | Socjologia | O | Ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 10. | Psychologia społeczna | O | Wykład | 30 | 3 | E |
| 11. | Język obcy | O | Lektorat | 60 | 0 | Zo |
| Razem | | | | 360 | 30 | ----- |

2 Semestr

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

II ROK STUDIÓW

3 semestr

| Lp. | Nazwa przedmiotu | O/F* | Forma zajęć** | Liczba godzin | Punkty ECTS | Forma zaliczenia |
|--------------|-----------------------------|------|----------------|---------------|-------------|------------------|
| 1. | Diagnostyka komunikacji | O | Ćwiczenia | 30 | 4 | Zo |
| 2. | Project management | O | Ćwiczenia | 30 | 4 | Zo |
| 3. | Projektowanie graficzne | O | Warsztat | 30 | 3 | Zo |
| 4. | Etyka public relations | O | Ćwiczenia | 30 | 4 | Zo |
| 5. | Techniki PR | O | Warsztat | 30 | 4 | Zo |
| 6. | Praca z kamerą i mikrofonem | O | Warsztat | 30 | 3 | Zo |
| 7. | Event jako narzędzie PR | O | Warsztat | 30 | 3 | Zo |
| 8. | Przedmiot opcyjny 2 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 9. | Przedmiot opcyjny 3 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 10. | Język obcy | O | Lektorat | 60 | 0 | Z |
| 11. | Wychowanie fizyczne | O | Ćwiczenia | 30 | 0 | Zo |
| 12. | Rynek pracy | O | Konwersatorium | 15 | 1 | Zo |
| Razem | | | | 375 | 30 | ----- |

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 | 30 | 4 | Zo |
| 3. | Media relations | O | Ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 4. | Style życia | O | Warsztat | 30 | 3 | Zo |
| 5. | Assesment Center | O | Warsztat | 30 | 2 | Zo |
| 6. | Strategia PR | O | Ćwiczenia | 30 | 5 | Zo |
| 7. | Internal Relations | O | Ćwiczenia | 30 | 3 | Zo |
| 8. | PR w administracji | O | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 9. | Przedmiot opcyjny 4 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 10. | Przedmiot opcyjny 5 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 11. | Wychowanie fizyczne | O | Ćwiczenia | 30 | 0 | Zo |
| Razem | | | | 330 | 30 | ----- |

III ROK STUDIÓW

5 semestr

| Lp. | Nazwa przedmiotu | O/F* | Forma zajęć** | Liczba godzin | Punkty ECTS | Forma zaliczenia |
|--------------|---------------------------------------|------|---------------|---------------|-------------|------------------|
| 1. | Seminarium licencjackie | O | Ćwiczenia | 30 | 4 | Zo |
| 2. | Metody prezentacji osobistej | O | Warsztat | 30 | 2 | Zo |
| 3. | Zarządzanie kryzysem | O | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 4. | Metody zbierania i prezentacji danych | O | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 5. | Przedmiot opcyjny 6 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 6. | Przedmiot opcyjny 7 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 7. | Przedmiot opcyjny 8 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 8. | Praktyki zawodowe | O | | 60 | 2 | Zo |
| 9. | Język obcy | O | | | 12 | E |
| Razem | | | | 270 | 30 | ----- |

6 semestr

| Lp. | Nazwa przedmiotu | O/F* | Forma zajęć** | Liczba godzin | Punkty ECTS | Forma zaliczenia |
|--------------|---------------------------|------|---------------|---------------|-------------|------------------|
| 1. | Seminarium licencjackie | O | Ćwiczenia | 30 | 9 | Zo |
| 2. | Myślenie projektowe | O | Warsztat | 30 | 6 | Zo |
| 3. | Marketing i PR w polityce | O | Ćwiczenia | 30 | 6 | Zo |
| 4. | Zarządzanie agencją PR | O | Ćwiczenia | 30 | 5 | Zo |
| 5. | Przedmiot opcyjny 9 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| 6. | Przedmiot opcyjny 10 | F | Ćwiczenia | 30 | 2 | Zo |
| Razem | | | | 180 | 30 | ----- |