

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

**FORMA STUDIÓW: niestacjonarne**

**SPECJALNOŚĆ: Media relations**

**POZIOM: II**

**PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2022/2023**

### **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	18	5	
2.	Wstęp do medioznawstwa	18	4	
3.	Pragmatyka języka	18	4	
4.	Filozofia współczesna	18	4	
5.	Media lokalne	18	4	
6.	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	18	5	
7.	Metody badań medioznawczych	18	4	
8.	Prawne aspekty funkcjonowania mediów	9	3	
9.	Zarządzanie zespołem	18	4	
10.	Rzecznictwo prasowe	18	4	
11.	Materiały i teksty PR	18	4	
12.	Media relations	18	3	
13.	Dyskursy mediów	18	3	
14.	Warsztat tekstów użytkowych	18	4	
15.	Ekonomia mediów	18	3	
16.	Controlling w media relations	18	3	
17.	Nowe media	18	6	
18.	Seminarium magisterskie	54	27	
19.	Information design	18	6	
20.	Język obcy	40	4	
21.	Przedsiębiorczość: praca, kariera, biznes	9	1	

### PRZEDMIOTY DO WYBORU:

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Metody prezentacji danych	18	2	
2.	Praca z kamerą i mikrofonem	18	2	
3.	Fotografia wizerunkowa	18	2	
4.	Język reklamy radiowej i telewizyjnej	18	2	
5.	Emisja głosu	18	2	
6.	Organizacja imprez masowych	18	2	

7.	Komunikowanie ciałem	18	2	
8.	Zarządzanie informacją	18	2	
9.	Autoprezentacja	18	2	
10.	Systemy identyfikacji wizualnej	18	2	
11.	Psychologia w media relations	18	2	
12.	Media relations w polityce	18	2	
13.	Warsztat reklamy	18	2	
14.	Warsztat kreatywności	18	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	18	5	E
2.	Prawne aspekty funkcjonowania mediów	O	Wykład	9	4	E
3.	Pragmatyka języka	O	ćwiczenia	18	4	Z/o
4.	Filozofia współczesna	O	Wykład	18	4	E
5.	Media lokalne	O	ćwiczenia	18	4	Z/o
6.	Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	O	ćwiczenia	18	5	Z/o
7.	Metody badań medioznawczych	O	ćwiczenia	18	4	Z/o
<b>Razem</b>				<b>117</b>	<b>30</b>	-----

**II semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1	Wstęp do medioznawstwa	O	ćwiczenia	18	6	Z/o
2	Zarządzanie zespołem	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
3	Rzecznictwo prasowe	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
4	Materiały i teksty PR	O	Warsztat	18	4	Z/o
5	Media relations	O	Warsztat	18	3	Z/o
6	Przedmiot opcyjny I	F	ćwiczenia	18	2	Z/o
7	Seminarium magisterskie	O	Seminarium	18	6	Z/o
8	Język obcy	O	Lektorat	20	0	Z
9	Przedsiębiorczość: praca, kariera, biznes	O	konwersatorium	9	1	Z/o
<b>Razem</b>				<b>155</b>	<b>30</b>	-----

**III semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Dyskursy mediów	O	warsztat	18	3	Z/o
2	Seminarium magisterskie	O	seminarium	18	9	Z/o
3	Warsztat tekstów użytkowych	O	warsztat	18	4	Z/o
4	Ekonomia mediów	O	wykład	18	3	E
5	Controlling w media relations	O	ćwiczenia	18	3	Z/o
6	Przedmiot opcyjny I	F	ćwiczenia	18	2	Z/o
7	Przedmiot opcyjny II	F	ćwiczenia	18	2	Z/o
8	Język obcy	O	lektorat	20	4	E
<b>Razem</b>				<b>146</b>	<b>30</b>	-----

**VI semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Nowe media	O	Wykład	18	6	E
2	Seminarium magisterskie	F	seminarium	18	12	Z/o
3	Information design	O	ćwiczenia	18	6	Z/o
4	Przedmiot opcyjny I	F	ćwiczenia	18	2	Z/o
5	Przedmiot opcyjny II	F	ćwiczenia	18	2	Z/o
6	Przedmiot opcyjny III	F	ćwiczenia	18	2	Z/o
<b>Razem</b>				<b>108</b>	<b>30</b>	-----