



**PROGRAM STUDIÓW
PUBLIC RELATIONS**

**Studia II stopnia, studia stacjonarne
Rok akademicki 2025/2026**

Załącznik 1.**Podstawowe informacje o kierunku studiów**

a. Nazwa kierunku studiów	PUBLIC RELATIONS
b. Poziom kształcenia	STUDIA DRUGIEGO STOPNIA
c. Profil kształcenia	OGÓLNOAKADEMICKI
d. Forma studiów	STUDIA STACJONARNE
e. Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji (tytułu zawodowego)	120
f. Liczba semestrów	4
g. Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	MAGISTER
h. Przyporządkowanie do dyscyplin (procentowo*)	NAUKI O POLITYCE I ADMINISTRACJI – 75% NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I MEDIACH – 25%
i. Dyscyplina wiodąca (<i>w przypadku przyporządkowania kierunku do więcej niż 1 dyscypliny</i>)	NAUKI O POLITYCE I ADMINISTRACJI
j. Język, w jakim odbywa się kształcenie	JĘZYK POLSKI
k. Klasyfikacja ISCED	0414 – MARKETING I REKLAMA
l. Grupa studiów	Filologia obca – n/d Uprawnienia nauczycielska – n/d

**nie dotyczy wniosku o wyrażenie zgody na rozpoczęcie prac nad nowym programem studiów*

Załącznik 3.

Odniesienie kierunkowych efektów uczenia się do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6-8 PRK

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU PUBLIC RELATIONS STUDIA DRUGIEGO STOPNIA Cykl dydaktyczny od 2025 - 2028

Objaśnienie oznaczeń:

K (przed podkreślnikiem) – kierunkowe efekty uczenia się

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K (po podkreślniku) – kategoria kompetencji społecznych

P6S – Charakterystyki drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji – poziom 6 (studia I stopnia)/

P7S – Charakterystyki drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji – poziom 7 (studia II stopnia)

WG – kategoria wiedzy, zakres i głębia – kompletność perspektywy poznawczej i zależności

WK – kategoria wiedzy, kontekst – uwarunkowania, skutki

UW – kategoria umiejętności, wykorzystanie wiedzy – rozwiązywane problemy i wykonywane zadania

UK – kategoria umiejętności, komunikowanie się – odbieranie i tworzenie wypowiedzi, upowszechnianie wiedzy w środowisku naukowym i posługiwanie się językiem obcym

UO – kategoria umiejętności, organizacja pracy – planowanie i praca zespołowa

UU – kategoria umiejętności, uczenie się – planowanie własnego rozwoju i rozwoju innych osób

KK – kategoria kompetencje, oceny – krytyczne podejście

KO – kategoria kompetencje, odpowiedzialność – wypełnianie zobowiązań społecznych i działanie na rzecz interesu publicznego

KR – kategoria kompetencje, rola zawodowa – niezależność i rozwój etosu

Symbol	Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku studiów <i>Public Relations</i> absolwent:	Odniesienie do efektów uczenia się 7. PRK
WIEDZA		
K_W01	Ma pogłębioną wiedzę z zakresu nauki o zarządzaniu humanistycznym, jej umiejscowienia w naukach społecznych oraz występujących relacji między nimi	P7S_WG
K_W02	Posiada pogłębioną wiedzę w zakresie dylematów współczesnej cywilizacji, związanych z podejmowanymi działaniami człowieka w obszarze struktur oraz instytucji medialnych i społecznych, a także ekonomicznych, politycznych, prawnych i kulturowych	P7S_WG/K
K_W03	Zna w pogłębionym stopniu teorie oraz zaawansowaną metodologię badań w naukach społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania humanistycznego	P7S_WG
K_W04	Analizuje i interpretuje w zaawansowany sposób źródła, naturę i zmiany prawidłowości rządzących strukturami i instytucjami, ze szczególnym uwzględnieniem twórczości człowieka jako twórcy kultury	P7S_WG

Symbol	Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku studiów <i>Public Relations</i> absolwent:	Odniesienie do efektów uczenia się 7. PRK
K_W05	Definiuje rozszerzone pojęcia i regulacje z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego oraz przedsiębiorczości indywidualnej	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	Identyfikuje i interpretuje zachodzące zjawiska społeczne, medialne, polityczne, ekonomiczne, prawne i kulturowe w oparciu o posiadaną wiedzę ze szczególnym uwzględnieniem nauki o zarządzaniu humanistycznym w zakresie nauk społecznych	P7S_UW
K_U02	Potrafi identyfikować, planować i z użyciem zaawansowanych metod projektowych proponować odpowiednie rozwiązania złożonych i nietypowych problemów w obszarze zarządzania wizerunkiem	P7S_UW P7S_UO
K_U03	Potrafi gromadzić, opracowywać oraz innowacyjnie interpretować materiały źródłowe z zakresu zarządzania wizerunkiem	P7S_UW
K_U04	Potrafi komunikować się w sposób zaawansowany z zróżnicowanymi kręgami odbiorców oraz prowadzić debatę ze szczególnym uwzględnieniem tematyki dot. zarządzania wizerunkiem	P7S_UK
K_U05	Biorąc udział w realizacji prac zespołów projektowych potrafi kształtować proces własnego rozwoju i innych osób	P7S_UU
K_U06	Umie wykorzystywać odpowiednie środki i techniki cyfrowe (w tym z pogranicza ICT oraz umożliwiające kształcenie na odległość) w zakresie dot. zarządzania wizerunkiem	P7S_UW
K_U07	Posiada umiejętność przygotowania zaawansowanych wystąpień ustnych i pisemnych na temat zagadnień z zakresu zarządzania wizerunkiem w języku polskim oraz obcym	P7S_UK
K_U08	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do prowadzenia i analizowania projektów zawodowych w obszarze zarządzania wizerunkiem	P7S_UO
K_U09	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Opisu Kształcenia Językowego, w tym podstawowymi terminami z zakresu nauk o polityce i administracji	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	Ma świadomość znaczenia nauk społecznych dla kształtowania więzi i postaw społecznych oraz miejsca i roli człowieka, co przejawia się w wyrażaniu krytycznej oceny odbieranych treści	P7S_KK
K_K02	Jest przygotowany do pracy (rozwijania dorobku zawodu, podtrzymywania jego etosu oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej) w organizacjach i instytucjach publicznych, w tym w sektorze prywatnym oraz organizacjach non-profit.	P7S_KR

Symbol	Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku studiów <i>Public Relations</i> absolwent:	Odniesienie do efektów uczenia się 7. PRK
K_K03	Jest zdolny do zorientowania się na doprecyzowanie priorytetów zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych i kulturalnych, służących realizacji określonego przez siebie lub innych zadania	P7S_KR
K_K04	Docenia znaczenie wartości demokratycznych, ma świadomość i poczucie obowiązku aktywności obywatelskiej oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego	P7S_KO
K_K05	Wykazuje szczególną wrażliwość społeczną na rozmaite problemy życia codziennego, w tym dotyczących szeroko rozumianej przedsiębiorczości w życiu publicznym	P7S_KO
K_K06	Ma świadomość znaczenia dorobku kultury i uczestniczy w różnorodnych formach życia kulturalnego.	P7S_KR

Sumaryczne wskaźniki charakteryzujące program studiów: PUBLIC RELATIONS

a) Łączna liczba godzin zajęć	1071
b) Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin, do których przyporządkowany jest kierunek w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na danym poziomie – w przypadku kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny	Nauki o polityce i administracji – 75%; nauki o komunikacji społecznej i mediach – 25%
c) Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia *	120
d) Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów (nie mniej niż 50% dla profilu ogólnoakademickiego)* / Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne (nie mniej niż 50% dla profilu praktycznego)*	115
e) Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne (co najmniej 5 ECTS)*	6
f) Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru (w wymiarze nie mniejszym niż 30% punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów)*	56
g) Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	n/d
h) Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich	n/d
i) Łączna liczba punktów ECTS związanych z udziałem studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności	7
j) Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (w przypadku studiów o profilu praktycznym w wymiarze nie większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów, a w przypadku studiów o profilu ogólnoakademickim w wymiarze nie większym niż 75% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów)*	6

(*wykazane w tabeli wartości należy uzasadnić)

PUBLIC RELATIONS -2 STOPIEŃ

1. Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów

Semestr/rok studiów: semestr pierwszy/rok pierwszy

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)
	W	KON	SEM	Ćw	L	War	P	Inne*			
CZŁOWIEK I SPOŁECZEŃSTWO SIECI				30					30	4	K_W02, K_W03, K_W04, K_W05 K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_U09 K_K02, K_K03, K_K04
Treści programowe	Jednostka i społeczeństwo w sieci – zagrożenia, problemy, wyzwania. Sieć jako przestrzeń ludzkiej aktywności; Kto jest kim w sieci i dlaczego, czyli podmioty społeczeństwa sieciowego; Granice społeczeństwa sieciowego; Informacje i materiały udostępnione na portalach społecznościowych – moje czy nie moje? Analiza regulaminów; Prywatność w czasach nowych mediów – badanie ilościowe i eksperyment.										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna										
METODOLOGIA BADAŃ SPOŁECZNYCH (PROSEMINARIUM)			30			30			60	7	K_W01, K_W03, K_W04, K_W05 K_U01, K_U02, K_U03, K_U05, K_U07,, K_U09 K_K02, K-K04, K_K05

Treści programowe	Podstawowe założenia metodologiczne nauk społecznych i ich konsekwencje: naturalizm i antynaturalizm Kryteria naukowości Najważniejsze paradygmaty w politologii: interpretacjonizm, behawioralizm, instytucjonalizm, funkcjonalizm Najważniejsze metody i podejścia badawcze: metoda decyzyjna, komparatystyka, podejście hisotryczne analiza dyskursu, kwestionariusz ankiety, analiza danych zastanych Pojęcia i ich znaczenie metodologiczna Problem badawczy, hipoteza, struktura pracy Dobór materiałów do pracy, kwerenda biblioteczna											
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna											
KOMUNIKACJA WIZUALNA	30			30					60	7	K_W01, K_W03, K_W05 K_U01, K_U03, K_U04, K_U06, K_K02, K-K02, K_K05	
Treści programowe	Podstawowe założenia metodologiczne nauk społecznych i ich konsekwencje: naturalizm i antynaturalizm Kryteria naukowości Najważniejsze paradygmaty w politologii: interpretacjonizm, behawioralizm, instytucjonalizm, funkcjonalizm Najważniejsze metody i podejścia badawcze: metoda decyzyjna, komparatystyka, podejście hisotryczne analiza dyskursu, kwestionariusz ankiety, analiza danych zastanych Pojęcia i ich znaczenie metodologiczna Problem badawczy, hipoteza, struktura pracy Dobór materiałów do pracy, kwerenda biblioteczna											
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Egzamin – pisemny lub ustny Ćwiczenia – aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna											
ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM	30			30					60	6	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04 K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08 K_K02, K-K02, K_K04, K_K06	
Treści programowe	Nauki o organizacji i zarządzaniu w perspektywie historycznej Zarządzanie zorientowane humanistycznie – najważniejsze uwarunkowania i założenia Kultura organizacyjna jako zmienna wewnętrzna (model kliniczny Scheina) i jej znaczenie dla procesów zarządzania Przywództwo w organizacji na wybranych przykładach											

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Egzamin – pisemny Ćwiczenia – aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna										
HISTORIA KULTURY				30					30	3	K_W02, K_W04, K_U01, K_U03, K_U04, K_U07, K_U08, K_K02, K_K02, K_K03
Treści programowe	Kultura, cywilizacja, religia: geneza i definicja pojęć Starożytność cz. I. Pierwsze cywilizacje Bliskiego i Dalekiego Wschodu (Mezopotamia, Persja, Egipt, Izrael, Chiny) Starożytność cz. II. Grecja i Rzym Średniowieczny uniwersalizm i jego konkurenci (islam, wschodnie chrześcijaństwo, rewolucja husycka) Okres nowożytny cz. I (Humanizm i Odrodzenie, Reformacja w Europie) Okres nowożytny cz. II (Oświecenie) Kultura i religia w wieku XIX Kultura i religia w wieku XX Wybrane teorie dotyczące kierunku rozwoju kultury i cywilizacji (m.in. Koniec historii Francisa Fukuyamy, Zderzenie cywilizacji S. Huntingtona, Jihad kontra McŚwiat Benjamina Barbera).										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
ROZMOWY O MEDIACH				30					30	3	K_W01, K_W02, K_W04 K_U01, K_U03, K_U04, K_U05, K_K02, K_K02,
Treści programowe	Charakterystyka prasy drukowanej. Specyfika radia. Charakterystyka kina. Epistemologia telewizji. Podstawowe cechy internetu. Social media.										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										

Semestr/rok studiów: semestr drugi/rok pierwszy

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)
	W	KON	SEM	Ćw	L	War	P	Inne*			
ROZWÓJ PR	30			30					60	6	K_W01, K_W03, K_W05 K_U02, K_U03, K_U05, K_U07, K_U08, K_U09 K_K02, K_K04, K_K05
Treści programowe	Podstawowe pojęcia w ramach PR Rozwój PR na świecie Modele działalności PR PR a marketing i reklama Kodeksy etyki w PR										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Egzamin – pisemny. Ćwiczenia – aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna										
ZARZĄDZANIE PROJEKTEM	30			30					60	6	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U02 K_K03, K_K04
Treści programowe	Zarządzanie projektami - kluczowe pojęcia Cykl życia projektu. Wybór, planowanie, realizacja, kontrola, ocena, zakończenie. Zasady przygotowywania projektów. Ewaluacja projektu										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Egzamin – pisemny. Ćwiczenia – aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna										
ROZMOWY O POLITYCE				30					30	3	K_W01, K_W02, K_W04 K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_K03, K_K04, K_K06

Treści programowe	Różne typy wiedzy politycznej: naukowa, medialna, artystyczna, filozoficzna. Różne sposoby definiowania polityki i humanistyczne aspekty w ich obrębie. Podejście instytucjonalne, behawioralne, funkcjonalne, konfliktowe, elitystyczne, pluralistyczne. Człowiek jako istota społeczna i polityczna. Problem polityczności i różne koncepcje jego ujęcia: egzystencjalne (C. Schmitt), liberalne (A. Heller), republikańskie (H. Arendt), lewicowe (Ch. Mouffe), konserwatywne (M. Oakeshott).										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
KONWERSATORIUM SPECJALISTYCZNE 1		30							30	3	K_W02, K_W04, K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U08 K_K04, K_K05, K_K06
Treści programowe	Uzależnione od tematów zaproponowanych przez prowadzących poszczególne konwersatoria										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 1			30						30	2	K_W01, K_W03, K_W05 K_U03, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03
Treści programowe	Praca dyplomowa - uwarunkowania prawne; Ochrona praw autorskich; Etyka w badaniach naukowych; Proces naukowy; Podstawowe metody badawcze; Podstawowe narzędzia badawcze;										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Ocena postępów zaawansowania pracy dyplomowej.										
PRZEDMIOT MODUŁU DO WYBORU 1				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07,

										K_K01, K_K02, K_K05	
Treści programowe	Uzależnione od tematów zaproponowanych przez prowadzących poszczególne konwersatoria										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
PRZEDMIOT MODUŁU DO WYBORU 2				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Uzależnione od tematów zaproponowanych przez prowadzących poszczególne konwersatoria										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
PRACOWNIA PROJEKTOWA 1						15			15	2	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_K02, K_K05
Treści programowe	Opracowanie projektu kampanii PR										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
LEKTORAT JĘZYKA OBCEGO									30	2	K_U07, K_U09
Treści programowe	Doskonalenie umiejętności w zakresie pracy z tekstem specjalistycznym – rozumienie i przetwarzanie tekstu akademickiego, wypowiedzi ustnej oraz redagowanie tekstów z zastosowaniem języka specjalistycznego z elementami translatorium										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Egzamin										

Semestr trzeci/rok drugi

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)
	W	KON	SEM	Ćw	L	War	P	Inne*			
ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ W NOWYCH MEDIACH	30	30							60	6	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04 K_U01, K_U03, K_U04, K_U07, K_09 K_K01, K_K03, K_K04
Treści programowe	Informacja - dane - wiedza. Funkcje, cechy informacji. Informacja - znaczenie - komunikowanie. Teorie, koncepcje informacji. Zarządzanie informacją – pojęcie, metody, teorie. Narzędzia zarządzania informacją.										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Egzamin – pisemny Ćwiczenia – aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna										
ROZMOWY O REKLAMIE				30					30	3	K_W01, K_W03, K_W05, K_U02, K_U04, K_U05, K_U09, K_K01, K_K03, K_K06
Treści programowe	Reklama- historia i definicje, Rynek reklamy w Polsce i na świecie, Reklama jako proces komunikacyjny, Zarządzanie reklamą Kampanie reklamowe,										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
ROZMOWY O KULTURZE		30							30	3	K_W01, K_W02, K_W04, K_W05 K_U01, K_U04, K_U05, K_U07, K_U09, K_K03, K_K04, K_K06

Treści programowe	Kultura i cywilizacja Zderzenie kultur Kultura i społeczeństwo Kulturowe podstawy życia społecznego i politycznego Kultura i polityka										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja.										
ZARZĄDZANIE KARIERĄ				60					60	5	K_W01, K_W03, K_W05, K_U01, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08 K_K02, K_K03,
Treści programowe	Kariera zawodowa – czym jest? (podstawowe pojęcia, typy oraz rodzaje); Kariera zawodowa w ujęciu historycznym; Rynek pracy – ujęcie funkcjonalne; Wyzwania i problemy ludzi młodych na rynku pracy; Proces rekrutacji;										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Ćwiczenia – aktywność na zajęciach, prezentacja, praca seminaryjna - pisemna										
KONWERSATORIUM SPECJALISTYCZNE 2		30							30	3	K_W01, K_W04, K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U08 K_K04, K_K05, K_K06
Treści programowe	Uzależnione od tematów zaproponowanych przez prowadzących poszczególne konwersatoria										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Kolokwium, aktywność na zajęciach, prezentacja lub praca seminaryjna - pisemna										
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 2			30						30	2	K_W01, K_W03, K_W05 K_U03, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Ocena postępów zaawansowania pracy dyplomowej.										
PRZEDMIOT MODUŁU DO WYBORU 5				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Uzależnione od tematów zaproponowanych przez prowadzących poszczególne konwersatoria										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Uzależnione od prowadzących poszczególne zajęcia.										
PRZEDMIOT MODUŁU DO WYBORU 6				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Uzależnione od tematów zaproponowanych przez prowadzących poszczególne konwersatoria										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Uzależnione od prowadzących poszczególne zajęcia.										
PRACOWNIA PROJEKTOWA 3						15			15	2	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_K02, K_K05
Treści programowe	Ewaluacja zrealizowanej kampanii PR										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										

MODUŁ PR W INTERNECIE

[illegible]

	Prawo w marketingu										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
PISANIE KREATYWNE				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Storytelling Style komunikacji w pisaniu kreatywnym Treści użytkowe										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
KAMPANIE W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Media społecznościowe i ich rola w społeczeństwie Strategia kampanii w mediach społecznościowych Analizy studiów przypadków Narzędzia i technologie wspierające kampanie Monitoring i analiza kampanii										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
WIRTUALNE KARIERY – CASE STUDY				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
PRAWO MEDIÓW				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Prawo prasowe Prawo a internet Prawo autorskie										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
TREŚCI PR				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Treści informacyjne Treści wizerunkowe Treści mediów cyfrowych										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
MONITORING MEDIÓW				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Narzędzia i techniki monitoringu mediów Narzędzia analizy Raportowanie monitoringu mediów										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
AUTOPREZENTACJA I WYSTĄPIENIA PUBLICZNE				30					30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05

Treści programowe	Zasady komunikacji społecznej Przygotowanie do wystąpień publicznych Techniki wystąpień publicznych Narzędzia multimedialne w wystąpieniach publicznych
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu.

KONWERSATORIA SPECJALISTYCZNE – 1-2 -po 3 pkt ECTS, 3 – za 2 pkt ECTS

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)
	W	KON	SEM	Ćw	L	War	P	Inne*			
WSPÓŁCZESNE PRAKTYKI PR						30			30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	Zajęcia skoncentrowane na analizie aktualnych praktyk komunikacyjnych w sektorze publicznym, prywatnym i NGO: • Kampanie PR i ich strategię • Rola PR w kryzysie i zmianie wizerunku • Nowe narzędzia komunikacji (np. podcasty, live streaming) • Trendy w PR (autentyczność, transparentność, ESG)										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
ANALIZA I EWALUACJA DZIAŁAŃ PR						30			30	3	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05

Treści programowe	• KPI i narzędzia pomiaru skuteczności • Analiza mediów i sentymentu • Narzędzia analityczne (np. Brand24, Google Analytics) • Raportowanie i prezentacja wyników										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										
PR A TOŻSAMOŚĆ MARKI						30			30	2	K_W01, K_W05 K_U03, K_U05, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05
Treści programowe	• Brand persona i architektura marki • PR a employer branding • Spójność komunikacji wizualnej i narracyjnej • Marka osobista w kontekście PR										
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opracowanie projektu										

