

Efekty uczenia się dla kierunku komunikacja wizerunkowa i public relations

1. **Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin/y nauki i dyscyplin/y naukowych/ej lub dyscyplin/y artystycznych/ej:** kierunek przyporządkowano do dziedziny nauki: nauki społeczne, dyscypliny naukowej: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%).
2. **Profil kształcenia:** ogólnoakademicki.
3. **Poziom i czas trwania studiów/liczba punktów ECTS:** studia drugiego stopnia, 4 semestry/120 ECTS.
4. **Numer charakterystyki poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji:** 7.
5. **Absolwent:** jest wysoko kwalifikowanym specjalistą w zakresie komunikacji wizerunkowej, zwłaszcza w takich działach jak promocja, branding, reklama, public relations, content marketing, corporate design; zna metody nawiązywania relacji społecznych, prezentacji, negocjacji i rozwiązywania konfliktów; posiada umiejętności związane z zastosowaniem technik skutecznego komunikowania, tworzeniem tekstów informacyjnych i promocyjnych, projektowaniem i realizacją systemów identyfikacji wizualnej, tworzeniem spójnej kultury korporacyjnej, stosowaniem narzędzi ewaluacji efektywność PR i wdrażaniem strategii CSR, a także ekonomicznym i finansowym planowaniem marketingu; posiada kwalifikacje, które umożliwią podjęcie zatrudnienia w następujących zawodach: specjalista ds. public relations, pracownik działu PR i kreowania wizerunku, rzecznik prasowy, konsultant ds. zintegrowanej komunikacji marketingowej, konsultant ds. komunikacji i wizerunku marki, specjalista ds. promocji, specjalista ds. content marketingu i social media, specjalista ds. treści wideo, youtuber, vloger, podcaster, influencer, copywriter, doradca ds. wizerunku osób publicznych (polityków, sportowców, ludzi show-bussinesu), trener w zakresie PR, kreowania wizerunku i skutecznej komunikacji, doradca w zakresie prezentacji osobistej i negocjacji, organizator wydarzeń specjalnych, doradca w zakresie tworzenia i realizowania strategii sponsoringowej i lobbngowej, broker informacji, analityk big data, data scientist. Legitymuje się kompetencjami językowymi na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.
5.1. **Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:** magister.
6. **Wymagania ogólne:** do uzyskania kwalifikacji drugiego stopnia wymagane jest osiągnięcie wszystkich poniższych efektów uczenia się.

Kod składnika opisu charakterystyki efektów uczenia się w dziedzinie nauk społecznych i dyscyplinie naukowej: nauki o komunikacji społecznej i mediach	Opis charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się Polskiej Ramy Kwalifikacji	Symbol efektu kierunkowego	Treść efektu kierunkowego
WIEDZA: absolwent zna i rozumie			
S/NKSA_P7S_WG	w pogłębionym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów;	KA7_WG1	w pogłębionym stopniu miejsce nauk o komunikacji społecznej i mediach w systemie nauk społecznych, ich wzajemną korelację a także złożone zależności między dyscypliną a innymi naukami, w tym naukami o polityce i administracji, zarządzaniu i jakości, prawie oraz psychologii; ekonomiczne, kulturowe, społeczne i psychologiczne aspekty funkcjonowania człowieka i społeczeństwa oraz możliwości praktycznego zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej
	główne tendencje rozwojowe dyscyplin naukowych lub artystycznych, do których jest przyporządkowany kierunek studiów	KA7_WG2	w pogłębionym stopniu teorie, modele i zasady komunikacji w sferze publicznej, z uwzględnieniem formy, treści i natury języka i innych kodów komunikacji symbolicznej
		KA7_WG3	potrzeby wizerunkowe organizacji i osób publicznych w różnych sektorach działalności publicznej
		KA7_WG4	sposoby monitorowania wizerunku i efektywności działań komunikacyjnych oraz zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych
		KA7_WG5	sposoby skutecznego wykorzystywania mediów społecznościowych, narzędzi komunikacji cyfrowej, zarządzania treściami w środowisku sieciowym na

			potrzeby komunikacji wizerunkowej i public relations
		KA7_WG6	specjalistyczną terminologię w zakresie komunikacji wizerunkowej i PR
		KA7_WG7	zasady komunikacji międzykulturowej i rolę barier międzykulturowych w skutecznej promocji w środowisku międzynarodowym i transregionalnym
		KA7_WG8	warsztat pracy dziennikarza lub specjalisty ds. public relations; techniki i sposoby organizacji pracy w zróżnicowanych sytuacjach zawodowych
		KA7_WG9	zasady funkcjonowania i analizy dyskursów publicznych oraz strategie argumentacyjne i perswazyjne właściwe, dla komunikacji wizerunkowej i PR
		KA7_WG10	zasady, reguły i narzędzia planowania, realizowania i ewaluacji kampanii promocyjnych w różnych sektorach działalności publicznej
		KA7_WG11	zasady event marketingu oraz inne formy public relations, realizowane w bezpośrednim kontakcie z jednostkami otoczenia dla public relations
		KA7_WG12	zasady, metody i narzędzia zintegrowanej komunikacji marketingowej w zakresie corporate identity, public relations, media relations i reklamy wizerunkowej
		KA7_WG13	metody badania opinii publicznej oraz wartość poznawczą uzyskanych tymi metodami danych dla komunikacji marketingowej

S/NKSA_P7S_WK	<p>fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji</p> <p>ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego</p> <p>podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości</p>	KA7__WK1	podstawowe pojęcia i zasady z zakresu bhp, ergonomii, etykiety, praw ochrony własności intelektualnej
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi			
S/NKSA_P7S_UW	<p>wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez:</p> <ul style="list-style-type: none"> - właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, - przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi, 	KA7_UW1	wykorzystać poszerzoną wiedzę teoretyczną z zakresu nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz powiązanych z nią dyscyplin naukowych w celu analizowania i interpretowania procesów komunikacyjnych
		KA7_UW2	komunikować się z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii w sposób zrozumiały dla partnerów lub interlokutorów, w tym prezentować informacje w sposób transparentny atrakcyjny
		KA7_UW3	wyszukiwać, analizować, selekcjonować, oceniać i wykorzystywać informacje ze źródeł pisanych i elektronicznych
		KA7_UW4	stosować dostępne narzędzia cyfrowe i multimedia w tworzeniu contentu medialnego
		KA7_UW5	posługiwać się normami etycznymi w wykonywanej działalności, zastosować zdobytą wiedzę z zakresu bhp, ergonomii, etykiety, ochrony praw własności oraz kultury fizycznej w życiu zawodowym i prywatnym

	– formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi.	KA7_UW6	przewodzą badania, analizować i prognozować przyczyny, przebieg i konsekwencje zjawisk oraz procesów komunikacyjnych z wykorzystaniem właściwych metod z zakresu nauk o komunikacji społecznej, w tym technologii informacyjnych
S/NKSA_P7S_UK	komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców przewodzą debatę posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	KA7_UK1	wykorzystywać umiejętności w zakresie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych
		KA7_UK2	tworzyć treści z uwzględnieniem różnorodności grup odbiorczych i rodzaju mediów z zakresu komunikacji wizerunkowej i PR
		KA7_UK3	wykorzystywać nowoczesne kanały i narzędzia multimedialne, w tym narzędzia e-marketingu
		KA7_UK4	posługiwać się gatunkami dziennikarskimi, właściwymi dla realizacji celów komunikacji marketingowej; wykorzystywać współczesne techniki i narzędzia perswazji i argumentacji w różnych dyskursach promocyjnych
		KA7_UK5	porozumiewać się w języku obcym, w tym posługując się specjalistyczną terminologią zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym w szczególności terminologią specjalistyczną związaną z dyscypliną nauki o komunikacji społecznej i mediach
S/NKSA_P7S_UO	kierować pracą zespołu współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach	KA7_UO1	planować i realizować działania samodzielne lub w ramach projektów marketingowych i wizerunkowych
		KA7_UO2	wykorzystywać wiedzę z zakresu zarządzania, polityki i struktur instytucji medialnych lub zarządzania cyfrowego dla działalności zawodowej

S/NKSA_P7S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	KA7_UU1	samodzielnie zdobywać i poszerzać wiedzę, wykazać się zdolnością krytycznej analizy swojej wiedzy
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do			
S/NKSA_P7S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	KA7_KK1	zdobycia i krytycznej oceny swojej wiedzy i umiejętności z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	KA7_KK2	dostrzegania znaczenia wiedzy, także eksperckiej oraz konieczności współpracy interdyscyplinarnej w rozwiązywaniu problemów
		KA7_KK3	stosowania nowych technologii w kreowaniu pomysłów projektowych i wizualizacji
S/NKSA_P7S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	KA7_KO1	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, sprawnego organizowania pracy (indywidualnej i zespołowej), efektywnej współpracy w zespole, odpowiedniego określania priorytetów służących osiągnięciu celu
	inicjowania działań na rzecz interesu publicznego	KA7_KO2	inicjowania działalności i realizacji na rzecz interesu publicznego, partycypacji w projektach obywatelskich, uczestnictwa w ruchach społecznych
	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	KA7_KO3	efektywnej, różnorodnej komunikacji z otoczeniem, podejmowania wyzwań zawodowych oraz aktywności społecznych i zawodowych
S/NKSA_P7S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: – rozwijania dorobku zawodu, – podtrzymywania etosu zawodu,	KA7_KR1	przestrzegania zasad etycznych związanych z działalnością zawodową z zachowaniem postawy prospołecznej i poczucia odpowiedzialności, a także prawidłowego posługiwania się systemami normatywnymi i postępowania zgodnego z etosem zawodowym

	<p>– przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad</p>	KA7_KR2	<p>elastycznej reakcji na zmiany dokonujące się w środowisku zawodowym oraz podejmowania działań uwzględniających zmieniające się potrzeby społeczne</p>
		KA7_KR3	<p>myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności do wykonywania tzw. wolnego zawodu; przygotowania do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej lub organizacji zorientowanej na praktyczne zastosowanie wiedzy z nauki o komunikacji społecznej i mediach</p>

7. Objąsnienie oznaczeń:

Objąsnienie oznaczeń kodu skłádnika opisu w dziedzinie nauki i dyscyplinie naukowej oraz artystycznej

- S/NKSA_P7S – charakterystyki drugiego stopnia w dziedzinie nauk społecznych/dyscyplinie: nauki o komunikacji społecznej i mediach dla studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim

Objąsnienia oznaczeń komponentów efektów uczenia się wspólne dla opisu symbolu efektu uczenia się oraz kodu skłádnika opisu w dziedzinie nauki i dyscyplinie naukowej oraz artystycznej

W	– kategoria wiedzy, w tym:
G (po W)	– podkategoria <i>zakres i głąbia</i> ,
K (po W)	– podkategoria <i>kontekst</i> ,
U	– kategoria umiejętności, w tym:
W (po U)	– podkategoria w zakresie <i>wykorzystanie wiedzy</i> ,
K (po U)	– podkategoria w zakresie <i>komunikowanie się</i> ,
O (po U)	– podkategoria w zakresie <i>organizacja pracy</i> ,
U (po U)	– podkategoria w zakresie <i>uczenie się</i> .
K (po podkreślniku)	– kategoria kompetencji społecznych, w tym:
K (po K po podkreślniku)	– podkategoria w zakresie <i>ocena</i> ,
O (po K po podkreślniku)	– podkategoria w zakresie <i>odpowiedzialność</i> ,
R (po K po podkreślniku)	– podkategoria w zakresie <i>rola zawodowa</i> .
01, 02, 03 i kolejne	– numer efektu uczenia się

Objąsnienia oznaczeń symbolu efektu kierunkowego

- K (przed podkreślnikiem) – kierunkowe efekty uczenia się
A (przed podkreślnikiem) – profil ogólnoakademicki
7 – studia drugiego stopnia

8. Oznaczenia dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz artystycznych

Lp.	Dziedzina nauki/symbol kodu	Dyscyplina naukowa/artystyczna/symbol kodu
1	Dziedzina nauk humanistycznych/ H	1) archeologia/ A
		2) etnologia i antropologia kulturowa/ EA
		3) filozofia/ F
		4) historia/ H
		5) językoznawstwo/ J
		6) literaturoznawstwo/ L
		7) nauki o kulturze i religii/ KR
		8) nauki o sztuce/ NSz
		9) polonistyka/ PL
2	Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych/ IT	1) architektura i urbanistyka/ AU
		2) automatyka, elektronika, elektrotechnika i technologie kosmiczne/ AE
		3) informatyka techniczna i telekomunikacja/ IT
		4) inżynieria bezpieczeństwa/ IBZ
		5) inżynieria biomedyczna/ IB
		6) inżynieria chemiczna/ IC
		7) inżynieria lądowa, geodezja i transport/ IL
		8) inżynieria materiałowa/ IM
		9) inżynieria mechaniczna/ IMC
		10) inżynieria środowiska, górnictwo i energetyka/ ISG
3	Dziedzina nauk medycznych i nauk o zdrowiu/ M	1) biologia medyczna/ BM
		2) nauki farmaceutyczne/ NF
		3) nauki medyczne/ NM
		4) nauki o kulturze fizycznej/ NKF
		5) nauki o zdrowiu/ NZ
4	Dziedzina nauk o rodzinie/ NR	1) nauki o rodzinie/ NRO
5	Dziedzina nauk rolniczych/ R	1) nauki leśne/ NL
		2) rolnictwo i ogrodnictwo/ RO
		3) technologia żywności i żywienia/ TZ
		4) zootechnika i rybactwo/ ZR
6	Dziedzina nauk społecznych/ S	1) ekonomia i finanse/ EF
		2) geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna/ GEP
		3) nauki o bezpieczeństwie/ NB
		4) nauki o komunikacji społecznej i mediach/ NKS
		5) nauki o polityce i administracji/ NPA
		6) nauki o zarządzaniu i jakości/ NZJ
		7) nauki prawne/ NP
		8) nauki socjologiczne/ NS
		9) pedagogika/ P
		10) prawo kanoniczne/ PK
		11) psychologia/ PS
		12) stosunki międzynarodowe/ SMI
7	Dziedzina nauk ścisłych i przyrodniczych/ XP	1) astronomia/ AS
		2) biotechnologia/ BT
		3) informatyka/ I

		4) matematyka/ MT
		5) nauki biologiczne/ NBL
		6) nauki chemiczne/ NC
		7) nauki fizyczne/ NF
		8) nauki o Ziemi i środowisku/ NZ
8	Dziedzina nauk teologicznych/ TL	1) nauki biblijne/ NBB
		2) nauki teologiczne/ NT
9	Dziedzina nauk weterynaryjnych/ W	1) weterynaria/ WT
10	Dziedzina sztuki/ SZ	1) sztuki filmowe i teatralne/ SFT
		2) sztuki muzyczne/ SM
		3) sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki/ SP