

*Załącznik do uchwały Senatu Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu nr 182/2025 z dnia 25 listopada 2025 roku w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku Media i komunikacja w biznesie realizowanym na Wydziale Finansów i Zarządzania Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2025/2026 - nabór zimowy.*



Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu  
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów  
dla kierunku

**Media i komunikacja w biznesie**  
**studia I stopnia**

Studia: niestacjonarne  
Profil: praktyczny  
Rok akademicki: 2025/2026

## I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

|                                                                                                                    |                                       |                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <b>nazwa kierunku studiów</b>                                                                                      | <b>Media i komunikacja w biznesie</b> |                               |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>(studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie) | studia pierwszego stopnia             |                               |
| <b>Profil kształcenia</b>                                                                                          | praktyczny                            |                               |
| <b>Forma studiów</b><br>stacjonarne/niestacjonarne                                                                 | niestacjonarne                        |                               |
| <b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>                                                                         | 6                                     |                               |
| <b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>                                                         | Studia stacjonarne<br>-               | Studia niestacjonarne<br>180  |
| <b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>                                                          | Studia stacjonarne<br>-               | Studia niestacjonarne<br>1976 |
| <b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>                                                                         | licencjat                             |                               |
| <b>Wymiar praktyk zawodowych</b>                                                                                   | 960 godzin                            |                               |
| <b>Język prowadzenia studiów</b>                                                                                   | polski lub angielski                  |                               |
| <b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>                                                                           | 2025                                  |                               |

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

| Symbol                                          | Kierunkowe efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                   | Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia zgodnie z PRK |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>WIEDZA</b><br><b>absolwent zna i rozumie</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                              |
| K_W01                                           | Charakteryzuje w stopniu zaawansowanym związek nauki o komunikacji społecznej i mediach z innymi dyscyplinami z zakresu nauk społecznych                                                                                                                                        | P6S_WG                                                       |
| K_W02                                           | Wyjaśnia stosując wiedzę z zakresu nauk społecznych z perspektywy polskiej, europejskiej i globalnej o (a) najbliższym społecznym otoczeniu człowieka (np. rodzina, zakład pracy); (b) wspólnotach lokalnych, wspólnotach wirtualnych, organizacjach publicznych i politycznych | P6S_WG                                                       |
| K_W03                                           | Opisuje w stopniu zaawansowanym procesy, zjawiska, podmioty, struktury i instytucje związane z mediami oraz nauką o poznaniu i komunikacji społecznej w kontekście biznesowym oraz elementy na nie wpływające                                                                   | P6S_WG                                                       |
| K_W04                                           | Charakteryzuje rodzaje więzi społecznych (rodzinnych, kulturowych, zawodowych, organizacyjnych, biznesowych, terytorialnych, ekonomicznych, prawnych) oraz rządzące nimi zasady                                                                                                 | P6S_WG                                                       |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| K_W05                                     | Identyfikuje role jednostki oraz charakteryzuje uwarunkowania (np. socjologiczne, psychologiczne, kulturowe, prawne) funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, ze szczególnym uwzględnieniem uczestnictwa w życiu publicznym                                                   | P6S_WG |
| K_W06                                     | W stopniu zaawansowanym charakteryzuje właściwe dla mediów i komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście metody, a także narzędzia oraz techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać zjawiska, procesy, podmioty, struktury i instytucje społecznego komunikowania | P6S_WG |
| K_W07                                     | Wyjaśnia stosując wiedzę o prawidłowościach, normach i regułach (prawnych, techniczno – organizacyjnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje systemów komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście                                                           | P6S_WK |
| K_W08                                     | Identyfikuje procesy zmian podmiotów, instytucji i struktur komunikacji w biznesie oraz ich przyczyny, przebieg i skalę                                                                                                                                                         | P6S_WG |
| K_W09                                     | Opisuje relacje i współzależności między podmiotami jednostkowymi i zbiorowymi, o charakterze relacji międzyludzkich, o źródłach i sposobach rozwiązywania konfliktów społecznych, rozróżnia strategie działania i podejmowania decyzji                                         | P6S_WG |
| K_W10                                     | W stopniu zaawansowanym definiuje pojęcia i zasady z zakresu mediów, social mediów, public relations, reklamy, promocji, prezentacji, narracji, perswazji w piśmie w formie wystąpień publicznych i prawa autorskiego                                                           | P6S_WG |
| K_W11                                     | Opisuje przyczyny, przebieg, skalę i skutki procesów oraz zmian społecznych oraz rozumie ich wpływ na procesy komunikacji w biznesie i działanie mediów                                                                                                                         | P6S_WG |
| K_W12                                     | Charakteryzuje zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości oparte na wiedzy z zakresu dziedzin właściwych dla komunikacji społecznej w kontekście biznesowym                                                                                               | P6S_WK |
| <b>UMIEJĘTNOŚCI<br/>absolwent potrafi</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        |
| K_U01                                     | Obserwuje i analizuje oraz interpretuje zjawiska oraz procesy zachodzące w zakresie lokalnym i globalnym w kontekście, public relations, mediów, a także komunikacji społecznej                                                                                                 | P6S_UW |
| K_U02                                     | Stosuje wiedzę teoretyczną do pozyskiwania danych w celu praktycznego analizowania procesów i zjawisk z zakresu public relations, medioznawstwa, a także komunikacji społecznej                                                                                                 | P6S_UW |
| K_U03                                     | Dokonuje analizy symptomów, przyczyn i przebiegu procesów oraz zjawisk społecznych warunkujących skuteczną komunikację społeczną, medialną i biznesową                                                                                                                          | P6S_UW |
| K_U04                                     | Przewiduje skutki procesów i zjawisk społecznych z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi stosowanych w dziedzinie komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście                                                                                                    | P6S_UW |
| K_U05                                     | Stosuje systemy normatywne oraz wybrane normy i reguły (prawne, zawodowe, etyczne) w rozwiązywaniu zadań z zakresu public relations, mediów, a także komunikacji społecznej i biznesowej                                                                                        | P6S_UW |
| K_U06                                     | Stosuje wiedzę z zakresu mediów, komunikacji społecznej w realizacji zadań pracownika organizacji, instytucji, firmy lub w roli przedsiębiorcy                                                                                                                                  | P6S_UW |
| K_U07                                     | Ocenia i wdraża rozwiązania problemów z zakresu public relations, mediów, a także komunikacji społecznej i biznesowej oraz dobiera metody i instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać                                                                                  | P6S_UW |
| K_U08                                     | Stosuje narzędzia i metody właściwe dla komunikacji w biznesie w opisie i analizowaniu zjawisk społecznych w kontekście procesów lokalnych i globalnych                                                                                                                         | P6S_UW |

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                     |        |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| K_U09                                                          | Planuje pracę grupy, podejmuje aktywność własną, organizuje pracę z wykorzystaniem narzędzi analitycznych i informacyjno-komunikacyjnych                                                                                            | P6S_UO |
| K_U10                                                          | Stosuje umiejętności komunikowania się interpersonalnego, grupowego, sieciowego z otoczeniem mono- i wielokulturowym oraz przekazywania informacji przy użyciu różnego typu środków komunikowania (w języku ojczystym i angielskim) | P6S_UK |
| K_U11                                                          | Posługuje się językiem obcym również w zakresie nauk społecznych i nauk o komunikacji społecznej na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego                                                                  | P6S_UK |
| K_U12                                                          | Samodzielnie zdobywa, uzupełnia i doskonali wiedzę oraz umiejętności zawodowe, planuje dalsze uczenie się.                                                                                                                          | P6S_UU |
| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b><br><b>absolwent jest gotów do</b> |                                                                                                                                                                                                                                     |        |
| K_K01                                                          | Jest zorientowany na zadania oraz bierze odpowiedzialność za ich realizację                                                                                                                                                         | P6S_KO |
| K_K02                                                          | Wykazuje odpowiedzialność w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych oraz identyfikuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu                                              | P6S_KR |
| K_K03                                                          | Jest gotów do angażowania się w inicjatywy społeczne przestrzegając wymagań prawnych, ekonomicznych, politycznych i społecznych                                                                                                     | P6S_KO |
| K_K04                                                          | Wskazuje własne luki kompetencyjne i podaje argumenty przemawiające za potrzebą dalszego kształcenia oraz jest otwarty na nowe pomysły i rozwiązania problemów                                                                      | P6S_KK |

### III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

## A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

| Nazwa przedmiotu                           | K_W01 | K_W02 | K_W03 | K_W04 | K_W05 | K_W06 | K_W07 | K_W08 | K_W09 | K_W10 | K_W11 | K_W12 | K_U01 | K_U02 | K_U03 | K_U04 | K_U05 | K_U06 | K_U07 | K_U08 | K_U09 | K_U10 | K_U11 | K_U12 | K_K01 | K_K02 | K_K03 | K_K04 |
|--------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ekonomia                                   | 1     | 1     |       | 1     |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |
| Język obcy                                 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       | 1     |       |       |       |
| Język obcy                                 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       | 1     |       |       |       |
| Język obcy                                 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       | 1     |       |       |       |
| Język obcy                                 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       | 1     |       |       |       |
| Metody efektywnego uczenia się             |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       |       |       |
| Microsoft 365                              |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       |       |       | 1     |
| Podstawy komunikacji społecznej            | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       | 1     |       |       | 1     |       |       |       | 1     |       | 1     |
| Podstawy prawa                             | 1     |       |       |       | 1     |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       |
| Podstawy zrównoważonego rozwoju            | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Różnice kulturowe                          | 1     |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Socjologia                                 | 1     | 1     |       | 1     | 1     |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |
| Wprowadzenie do studiowania na kierunku    | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |
| Wykład do wyboru w języku obcym            |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Biznes Plan                                | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |
| Design Thinking                            |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       |       | 1     | 1     | 1     |       |       |       |       | 1     |       |       |
| Komunikacja wizualna                       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       | 1     |       | 1     | 1     |       | 1     | 1     | 1     | 1     |       |       |       | 1     |       |       |
| Media społecznościowe i mobilne w biznesie | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |       | 1     | 1     | 1     | 1     |       |       |       | 1     |       |       |
| Organizacja wydarzeń                       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |       |       | 1     | 1     |       |       |       |       | 1     |       |       |
| Personal Branding                          | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     |       |       |       |       |       | 1     |       |       | 1     |       |       |       |       | 1     | 1     |       |
| Praktyka zawodowa II                       | 1     |       | 1     | 1     |       | 1     | 1     |       |       |       |       |       | 1     | 1     | 1     | 1     |       | 1     |       | 1     |       | 1     |       |       |       | 1     |       | 1     |
| Projektowanie komunikacji                  |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       |       | 1     |       | 1     |       |       | 1     | 1     | 1     | 1     |       |       |       | 1     | 1     |       |
| Rzecznictwo prasowe                        |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       |       | 1     |       | 1     |       |       |       | 1     | 1     |       |
| Zarządzanie marką i wizerunkiem firmy      | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |       |       | 1     | 1     |       |       |       |       | 1     |       |       |
| Copywriting                                |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |       |       |       |       |       | 1     | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |
| Etyka biznesu                              | 1     |       | 1     |       | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |
| Etykieta w biznesie                        | 1     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       |       |       |       | 1     |       | 1     | 1     |

|                                                       |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Instrumentarium reklamy i PR                          | 1 |  |   |   |   | 1 |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Instrumentarium zarządzania                           | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Komunikacja w społecznościach lokalnych               | 1 |  | 1 |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   |   |
| Komunikowanie społeczne i medialne                    | 1 |  | 1 |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach         | 1 |  |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   |
| Metody badań społecznych                              | 1 |  |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| Nowe media i e-PR                                     |   |  |   |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 | 1 |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   |
| Ochrona danych osobowych i informacji niejawnych      | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |   |
| Ochrona własności intelektualnej                      | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |
| Polska agenda publiczna                               |   |  |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Praktyka zawodowa I                                   | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   | 1 |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| Prawo mediów                                          | 1 |  |   | 1 | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| Projekt kierunkowy                                    | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
| Projekt kierunkowy                                    | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
| Psychologia społeczna                                 | 1 |  |   | 1 | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| Ruchy społeczne                                       | 1 |  |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Rynek mediów                                          | 1 |  | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   |
| Wyszukiwanie i analiza informacji                     | 1 |  |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych    | 1 |  |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   |   | 1 |   |
| Blog, vlog, podcast - narzędzia komunikacji cyfrowej  |   |  |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |   |   | 1 |   |   |
| Branding w Social Mediach                             | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| E-commerce i Social Media                             | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Influencer Marketing                                  | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Praktyka zawodowa II                                  | 1 |  | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |
| SEO/SEM w Marketingu internetowym                     | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Strategie biznesowe w Social Mediach                  | 1 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Tworzenie krótkich materiałów video dla social mediów |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| Tworzenie materiałów graficznych do social mediów     |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |   |   |   |   | 1 |   |   |
| Warsztat pracy dziennikarza w redakcji internetowej   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   |   |

**B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE  
UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

| Nazwa przedmiotu               | Treści programowe                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| BHP                            | Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy. Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy.                                                                                            |
|                                | Pomieszczenia i warunki środowiskowe. Charakterystyka zagrożeń.                                                                                                                                        |
|                                | Pracownie na uczelni. Wypadki na uczelni.                                                                                                                                                              |
|                                | Ochrona przeciwpożarowa. Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach.                                                                                                                                           |
| Ekonomia                       | Przedmiot i zakres ekonomii.                                                                                                                                                                           |
|                                | Analiza elastyczności popytu i podaży.                                                                                                                                                                 |
|                                | Charakterystyka i analiza głównych mierników makroekonomicznych.                                                                                                                                       |
|                                | Charakterystyka i analiza polityki monetarnej i fiskalnej.                                                                                                                                             |
|                                | Analiza uwarunkowań rynku pracy.                                                                                                                                                                       |
|                                | Analiza problemów związanych z cyklami koniunkturalnymi.                                                                                                                                               |
|                                | Analiza wpływu globalizacji na gospodarkę oraz idea CSR.                                                                                                                                               |
|                                | Wybrane prawa rynku, popyt, podaż elastyczność popytu i podaży.                                                                                                                                        |
|                                | Mierniki makroekonomiczne.                                                                                                                                                                             |
|                                | Determinanty dochodu narodowego.                                                                                                                                                                       |
|                                | Bezrobocie i inflacja.                                                                                                                                                                                 |
|                                | Polityka monetarna i fiskalna.                                                                                                                                                                         |
|                                | Cykle koniunkturalne.                                                                                                                                                                                  |
|                                | Charakterystyka i analiza głównych problemów ekonomii.                                                                                                                                                 |
|                                | Analiza procesów rynkowych w świetle prawa popytu i podaży oraz paradoksów prawa popytu.                                                                                                               |
| Język obcy                     | Rozumienie i analiza tekstów zamieszczonych w podręczniku<br>Gramatyka i słownictwo ogólnobiznesowe i kierunkowe<br>Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.<br>Komunikacja pisemna biznesowa |
| Metody efektywnego uczenia się | Proces uczenia się - fakty i mity o efektywnym uczeniu się. Jak działa pamięć, mózg niezwykle narząd, czy istnieją style uczenia się?                                                                  |
|                                | Techniki efektywnego uczenia się (techniki pamięciowe, mapy myśli, kreatywne notatki, gry) oraz narzędzia wspierające te procesy.                                                                      |
|                                | Jak sztuczna inteligencja może nam pomóc w procesie uczenia się? (kurs AI)                                                                                                                             |
|                                | Wyszukiwanie i weryfikacja źródeł informacji.                                                                                                                                                          |
|                                | Tworzenie opisów bibliograficznych oraz bibliografii.                                                                                                                                                  |
|                                | Narzędzia i aplikacje przydatne w procesie uczenia się.                                                                                                                                                |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | Prokrastynacja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                 | Organizacja procesu uczenia się (wyniki eksperymentu myślowego).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Microsoft 365                   | Wprowadzenie do środowiska chmurowego MS 365. Aplikacje i wersja webowa narzędzi. Logowanie, pobieranie aplikacji. Korzystanie z wersji webowej. Omówienie funkcjonalności One Drive. Omówienie funkcjonalności MS Teams. Współdzielenie plików i udostępnianie.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                 | Wprowadzenie do MS Word, MS Excel i MS PowerPoint oraz MS Forms.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                 | Omówienie funkcjonalności i działania MS Forms. Przygotowanie formularza z rozgałęzieniami i wszystkimi typami pytań.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                 | MS Power Point. Omówienie funkcjonalności: narzędzia główne, wstawianie, rysowanie, projektowanie, animacje, przejścia. Przygotowanie szablonu własnej prezentacji w grupie (templates). Legalność zdjęć i multimediów. Licencja Creative Commons.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                 | MS Word. Struktura dokumentu. Omówienie zasad edycji. Formatowanie i ustawienia (układ). Wstawianie. Projektowanie. Numerowanie stron i spisy treści. Praca na dokumencie współdzielonym. Rysowanie. Tabele. Edytor równań. Odwołania. Recenzja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                 | MS Excel. Struktura arkusza i skoroszytu. kolumny i wiersze (dodawanie i usuwanie). Nawigacja po arkuszu i skoroszytcie. Pole nazwy. Adresowanie komórek. Formatowanie komórek i arkusza. Formaty liczbowe. Formatowanie komórek. „Ustawienia strony” oraz „podgląd wydruku” i „widok podziału stron. Obszar wydruku. Typy danych: teksty, liczby (w tym daty) i formuły. Podstawowe operacje matematyczne oraz kolejność wykonywania działań. Wybrane funkcje: Suma, średnia, suma iloczynów, jeżeli oraz wybrane funkcje daty i czasu lub finansowe w przykładach. |
|                                 | MS Excel. Wykresy. Typy wykresów i ich zastosowanie, Zasady tworzenia wykresów. Formatowanie wykresów. Odwołania względne, bezwzględne i mieszane. Odwołania dalekie. Zarządzanie danymi: listy, sortowanie i filtrowanie danych – autofiltr i filtry zaawansowane, sprawdzenie poprawności, ochrona danych. Analiza danych.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Podstawy komunikacji społecznej | Zasady efektywnej komunikacji.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                 | Informowanie a przekonywanie. Dwa typy komunikowania.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                 | Skuteczne komunikowanie niewerbalne.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                 | Zasady efektywnej dyskusji w grupie.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                 | Techniki erystyczne w publicznych dyskusjach.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                 | Jak skonstruować wystąpienie publiczne?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Podstawy prawa                  | Ogólne wiadomości o prawie. Pojęcie, rodzaje, funkcje prawa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                 | Wybrane zagadnienia prawa konstytucyjnego.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                 | Pojęcie i struktura prawa administracyjnego.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                 | Wybrane zagadnienia prawa karnego i prawa wykroczeń                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                 | Analiza wybranych zagadnień prawa cywilnego.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                 | Analiza wybranych zagadnień prawa pracy.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                 | Prawo procesowe administracyjne, cywilne - analiza wybranych zagadnień.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                 | Prawo procesowe karne i prawa wykroczeń - analiza wybranych zagadnień.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Podstawy zrównoważonego rozwoju         | Wprowadzenie do zrównoważonego rozwoju                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                         | Wymiar ekologiczny/ środowiskowy zrównoważonego rozwoju                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Wymiar społeczny zrównoważonego rozwoju                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Wymiar ekonomiczny/ biznesowy zrównoważonego rozwoju i ESG                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Różnice kulturowe                       | Czym jest kultura? Wprowadzenie.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                         | Stereotypy i uprzedzenia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                         | Główne orientacje kulturowe - G. Hofstede - R. Gesteland - E. Meyer.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Komunikacja międzykulturowa. Komunikacja bezpośrednia i pośrednia. Bariery w komunikacji werbalnej. Komunikacja niewerbalna.                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                         | Religia, wartości, postawy, zwyczaje – wpływ na biznes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Proces negocjacji międzykulturowych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Szok kulturowy.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Socjologia                              | Geneza socjologii jako nauki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                         | Socjologiczne ujęcie kultury.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                         | Struktury społeczne.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Stratyfikacja społeczna                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Globalizacja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                         | Metodologia badań społecznych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                         | Analiza danych wtórnych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                         | Charakterystyka polskiego społeczeństwa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Wprowadzenie do projektu kierunkowego   | Zasady realizacji projektu kierunkowego w zakresie: zawartości projektu, jego struktury, zastosowania metod i technik badawczych, metod prezentacji danych statystycznych, ochrony własności intelektualnej i praw autorskich.                                                                                                                                                                       |
| Wprowadzenie do studiowania na kierunku | Ogólne informacje o WFiZ.<br>Formalno-organizacyjno-prawne aspekty studiowania.<br>Istota studiowania na wybranym kierunku studiów.<br>Organizacja procesu kształcenia.<br>Kultura akademicka i etyka studiowania.<br>Działalność studencka, organizacje studenckie.<br>Korzystanie z infrastruktury i zasobów w procesie uczenia się i pracy zespołowej.<br>Zakres wsparcia w procesie uczenia się. |
| Copywriting                             | Copywriting jako zjawisko interdyscyplinarne: Definicje, konteksty: językoznawstwo, marketing, media. Cele tekstów reklamowych. Etapy procesu tworzenia treści.                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                         | .Naming, slogany, copy body – tworzenie komunikatu reklamowego.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                         | Copywriting w prasie, radiu i telewizji. Tworzenie tekstów do różnych kanałów. Analiza komunikatu w mediach tradycyjnych.                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                         | Manipulacja, etyka i skuteczność reklamy. Techniki perswazyjne. Reklama kontrowersyjna, społeczna, etyczna.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                              |                                                                                                                                                                            |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | Analiza przekazu i technik perswazji. Pisanie tekstów opartych na konkretnych technikach wpływu.                                                                           |
|                              | Webwriting a copywriting. Treści w Internecie: cechy, funkcje, formaty.                                                                                                    |
|                              | Pisanie newsletteru: Personalizacja, język, struktura. Nagłówki i przyciski CTA. Tworzenie tekstów na landingpage i do kampanii online.                                    |
|                              | Storytelling i narracja marki: Elementy historii w reklamie. Bohater, konflikt, emocje. Storytelling w reklamie społecznej i komercyjnej.                                  |
|                              | Storytelling: tworzenie historii z bohaterem, konfliktem i rozwiązaniem.                                                                                                   |
|                              | Marketing medyczny – reklama wrażliwa. Tworzenie komunikatu dla sektora medycznego i zdrowotnego. Ograniczenia prawne i etyczne.                                           |
| Etyka biznesu                | Wprowadzenie do etyki. Etyka i moralność. Pojęcia, zakres problemów, badania. Wybrane systemy etyczne i ich przedstawiciele na świecie i w Polsce.                         |
|                              | Etyka biznesu. Społeczna odpowiedzialność biznesu (Corporate Social Responsibility).                                                                                       |
|                              | Wartości etyki pracy dziennikarza.                                                                                                                                         |
|                              | Kodeks Etyki Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.                                                                                                                         |
|                              | Rada Etyki Mediów - prawa i obowiązki.                                                                                                                                     |
| Etykieta w biznesie          | Dobre obyczaje na co dzień (powitanie, przedstawianie, ubiór, wygląd).                                                                                                     |
|                              | Kształtowanie umiejętności powitań oraz wznoszenia toastów.                                                                                                                |
|                              | Związki/relacje - aspekty teoretyczne.                                                                                                                                     |
|                              | Komunikacja i protokół (korespondencja, zaproszenia, precedencja, telefon, tytuły).                                                                                        |
|                              | Przyjęcia i posiłki (nakrycie stołu, precedencja, toasty).                                                                                                                 |
|                              | Uroczystości (oficjalne, prywatne).                                                                                                                                        |
|                              | Praktyczne aspekty dobrych obyczajów - ćwiczenia w grupach                                                                                                                 |
|                              | Przygotowanie dokumentów niezbędnych dla organizacji przyjęć i wydarzeń towarzyskich i biznesowych.                                                                        |
|                              | Praktyka doboru ubrań i kreacji.                                                                                                                                           |
|                              | Zasady przygotowania miejsc spotkań i wydarzeń w praktyce.                                                                                                                 |
| Instrumentarium reklamy i PR | Reklama i public relations – podstawowe pojęcia, uwarunkowania, zasady funkcjonowania, formy i narzędzia. Reklama jako proces komunikowania się z rynkiem. Nowy konsument. |
|                              | Tworzenie komunikatów prasowych, organizowanie briefingów i zarządzanie kryzysowe w symulowanych sytuacjach.                                                               |
|                              | Kreatywność w reklamie.                                                                                                                                                    |
|                              | Tworzenie innowacyjnej kampanii reklamowej, która wyróżnia się na tle konkurencji i angażuje odbiorców poprzez kreatywne podejście.                                        |
|                              | Badania w public relations.                                                                                                                                                |
|                              | Przeprowadzenie audytu komunikacyjnego wybranej organizacji, obejmującego analizę dotychczasowych działań PR oraz ocenę ich skuteczności.                                  |
|                              | Prawne aspekty działań public relations. Etyka w public relations.                                                                                                         |
|                              | Analiza przypadków naruszeń prawa w kampaniach PR oraz ocena ich konsekwencji.                                                                                             |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         | Analiza skuteczności komunikacji reklamowej na podstawie wybranych kampanii.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Public relations a media relations. Budowanie relacji. Rzecznik Prasowy jako specjalista ds. PR. Narzędzia Rzecznika Prasowego.                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Przeprowadzenie konferencji prasowej z udziałem studentów w roli rzeczników prasowych i dziennikarzy.                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                         | Współczesne trendy w reklamie i public relations. Storytelling, marketing doświadczeń, content marketing.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                         | Tworzenie kampanii reklamowej opartej na storytellingu, która angażuje emocjonalnie odbiorców i buduje wizerunek marki. Tworzenie strategii content marketingowej, która integruje działania PR i buduje pozytywny wizerunek firmy.                                                                                                                                                          |
|                                         | Nowe media i technologie w reklamie i public relations.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                         | Projektowanie kampanii reklamowej z wykorzystaniem AI do personalizacji przekazu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                         | Public relations w zarządzaniu działaniami kryzysowymi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Instrumentarium zarządzania             | Funkcje dyscyplin związanych z zarządzaniem i podstawowe kategorie zarządzania (zarządzanie, kierowanie ludźmi i organizacja).                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                         | Analiza PEST i 5 sił Portera w budowaniu strategii organizacji.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Metody rangowania w zarządzaniu – doskonalenie umiejętności ich stosowania.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                         | Kształtowanie umiejętności stosowania techniki ABC (zależność W. Pareto) w organizacji i zarządzaniu.                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                         | Metody ustalania związków przyczynowo-skutkowych w zarządzaniu – znaczenie, różnorodność i charakter związków, sposoby identyfikacji i badania, kształtowanie umiejętności w tym zakresie.                                                                                                                                                                                                   |
|                                         | Istota i założenia metody SWOT (sposoby pogłębionej analizy czynników – rangowanie i szacowanie wskaźników sterowalności, wyznaczanie rang końcowych czynników, zalecenia dotyczące wnioskowania, podstawowe typy zalecanych działań strategicznych, sekwencja analizy SWOT, wielokierunkowość wykorzystania metody. Doskonalenie umiejętności stosowania analizy SWOT w wersji podstawowej. |
|                                         | Cele w zarządzaniu (istota celów i ich funkcje, klasyfikacja celów, zalecenia poprawnego formułowania celów, błędy i niedostatki związane z celami). Doskonalenie umiejętności rozróżniania i formułowania celów, kształtowanie umiejętności modelowania i analizy celów przedmiotowych i efektywnościowych.                                                                                 |
|                                         | Kształtowanie umiejętności podejmowania świadomych wyborów w zarządzaniu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                         | Analiza mocnych i słabych stron instytucji oraz ich rangowanie.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                         | Metody analiza szans i zagrożeń oraz uszeregowanie wyszukanych czynników.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Komunikacja w społecznościach lokalnych | Społeczność lokalna w tradycji nauk społecznych – pojęcie, cechy, potrzeby, badania społeczności, organizowanie społeczności lokalnej. Modele lokalności.                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                         | Warunki niezbędne, aby daną grupę uznać za społeczność lokalną - case study.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Analiza aktywizacji społeczności lokalnej                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                         | Analiza i ocena strategii mobilizacji społeczności lokalnych do partycypacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Komunikacja społeczności lokalnej z samorządem oraz biznesem - case study                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                         | Błędy w organizacji działań spotkań, eventów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | Efektywność działań komunikacyjnych                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               | Działania CSR wobec społeczności lokalnej - case study                                                                                                                                                                                                                   |
|                                               | Aktywizacja, integracja i edukacja społeczności lokalnej.                                                                                                                                                                                                                |
|                                               | Wspólnota lokalna, lokalność, typy społeczności, wspólnoty praktyków, wspólnoty projektowe.                                                                                                                                                                              |
|                                               | Komunikacja w społeczności lokalnej. Partycypacja społeczna. Strategie komunikacyjne. Sposoby przełamывania barier w komunikacji, reguły wpływu społecznego, narzędzia i techniki komunikacyjne. Kompetencje i narzędzia komunikacyjne.                                  |
|                                               | Komunikacja społeczności lokalnej z samorządem – korzyści, możliwości, zasady. Język urzędowy. Organizowanie spotkań, wystąpienia publiczne.                                                                                                                             |
|                                               | Media i technologie w komunikacji społeczności lokalnej.                                                                                                                                                                                                                 |
|                                               | Plan komunikacji ze społecznością lokalną – cele komunikacji, działania komunikacyjne, środki, wskaźniki, grupy docelowe, środki przekazu. Analiza efektywności działań komunikacyjnych.                                                                                 |
|                                               | Działania CSR wobec społeczności lokalnej.                                                                                                                                                                                                                               |
|                                               | Pojęcie lokalności w teorii i praktyce                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Komunikowanie społeczne i medialne            | Teorie komunikacyjne i medialne. Tradycje badawcze w nauce o komunikowaniu.                                                                                                                                                                                              |
|                                               | Symulacja debaty publicznej: przygotowanie i prowadzenie debaty na aktualny temat społeczny, z analizą zastosowanych strategii komunikacyjnych i argumentacyjnych.                                                                                                       |
|                                               | Tworzenie i analiza krótkiego przekazu medialnego (np. news, post, spot) z uwzględnieniem specyfiki wybranego medium i odbiorcy; porównanie tradycji badawczych na podstawie studium przypadku. Analiza korzystania z mediów masowych w różnych grupach demograficznych. |
|                                               | Przeprowadzenie analizy zawartości wybranego medium lub badania odbioru (ankieta, wywiad), prezentacja i omówienie wyników w grupie. Priming i framing w mediach.                                                                                                        |
|                                               | Wybrane modele komunikowania.                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                               | Główne orientacje w badaniach komunikacji publicznej.                                                                                                                                                                                                                    |
|                                               | Kompetencje komunikacyjne. Funkcje komunikowania.                                                                                                                                                                                                                        |
|                                               | Komunikowanie medialne. Media i ich typologie. Tradycje badań nad komunikowaniem masowym w Polsce, Europie i USA.                                                                                                                                                        |
|                                               | Analiza zawartości mediów. Badania odbioru mediów. Badania nad skutkami mediów.                                                                                                                                                                                          |
|                                               | Praca w grupach: przygotowanie prezentacji lub scenki ilustrującej wybraną teorię komunikacyjną oraz jej zastosowanie w analizie rzeczywistego przekazu medialnego.                                                                                                      |
|                                               | Analiza szumów informacyjnych w codziennej komunikacji. Gra „Głuchy telefon” – praktyczne zobrazowanie modelu komunikowania liniowego. Analiza wybranego modelu na podstawie własnych doświadczeń.                                                                       |
|                                               | Analiza przypadków komunikacji socjokulturowej i praktyka fenomenologiczna w komunikacji. Funkcje komunikowania.                                                                                                                                                         |
| Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach | Wprowadzenie. Wizerunek. Rodzaje wizerunku. Wizerunek a reputacja.                                                                                                                                                                                                       |
|                                               | Umiejętność autoprezentacji. Podstawowe błędy kontaktach z mediami.                                                                                                                                                                                                      |
|                                               | Praktyczny monitoring mediów oraz tworzenie raportów z monitoringu.                                                                                                                                                                                                      |
|                                               | Tworzenie systemów identyfikacji wizualnej                                                                                                                                                                                                                               |
|                                               | Kremowanie wizerunku                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                          |                                                                                                                                              |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          | Zasady skutecznej współpracy z mass mediami.                                                                                                 |
|                          | Monitoring mediów, raporty.                                                                                                                  |
|                          | Zasady kreowania wizerunku                                                                                                                   |
|                          | Systemy identyfikacji wizualnej                                                                                                              |
|                          | Narzędzie w komunikowaniu wizerunku                                                                                                          |
|                          | Badania efektów działań wizerunkowych                                                                                                        |
|                          | Kryzysy wizerunkowe i ochrona wizerunku                                                                                                      |
|                          | Praktyczne zasady kształtowania wizerunków i reputacji.                                                                                      |
| Metody badań społecznych | Badania empiryczne – elementy procesu badawczego, cel i schemat poznania naukowego, typy wiedzy, etapy badań naukowych, metodologia badań.   |
|                          | Dobór próby badawczej.                                                                                                                       |
|                          | Przygotowanie narzędzi do badań ilościowych.                                                                                                 |
|                          | Opracowanie koncepcji badań jakościowych.                                                                                                    |
|                          | Projektu badań społecznych - przygotowanie i prezentacja.                                                                                    |
|                          | Cele, problemy badawcze i hipotezy. Zmienne zależne i niezależne, wskaźniki. Dobór próby badawczej.                                          |
|                          | Metody, techniki i narzędzia badawcze w naukach społecznych. Strategie badań.                                                                |
|                          | Badania jakościowe. Zasady interpretacji danych jakościowych.                                                                                |
|                          | Zasady przetwarzanie i analizowanie danych.                                                                                                  |
|                          | Etyka w badaniach społecznych.                                                                                                               |
|                          | Praktyczne problemu konstruowania procesu badawczego.                                                                                        |
|                          | Wskazanie metodologii badań społecznych do wybranych technik badawczych.                                                                     |
|                          | Dobór zmiennych do badań oraz próby badawczej.                                                                                               |
| Nowe media i e-PR        | Nowe media – zakres pojęcia, typologie, nowe media versus stare media. Pojęcie konwergencji mediów. Nowe media w public relations.           |
|                          | e-PR w mediach. Analiza tekstów w mediach społecznościowych - case study.                                                                    |
|                          | Tworzenie angażujących treści dla mediów społecznościowych. Tworzenie treści viralowych w kampaniach e-PR (case study).                      |
|                          | Content marketing, storytelling i UX w praktycznym zastosowaniu                                                                              |
|                          | Kryzys i prewencja antykryzysowa w mediach społecznościowych- case study                                                                     |
|                          | Analiza skuteczności komunikatów PR w mediach społecznościowych - wskaźniki i narzędzia do pomiaru skuteczności.                             |
|                          | E-public relations – cele, problematyka, obszary zastosowań i wyzwania. Korzyści e-public relations. Kreowanie wizerunku marki w internecie. |
|                          | Sposoby budowania i przekazywania komunikatów medialnych: storytelling, brand journalism, content marketing.                                 |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | E- public relations w mediach społecznościowych                                                                                                                                                           |
|                                                  | E-public relations w sytuacjach kryzysowych                                                                                                                                                               |
|                                                  | Pomiary skuteczności e-public relations (m.in. mierzalne strategie, narzędzia pomiaru, rankingi, pomiar wielopoziomowy).                                                                                  |
|                                                  | Trendy w e-public relations (m.in. geolokalizacja, grywalizacja, ambush marketing, crowdsourcing).                                                                                                        |
|                                                  | „Co to jest PR?” – tworzenie własnej definicji. e-PR w Twoim otoczeniu.                                                                                                                                   |
|                                                  | Strategia e-PR - budowanie wizerunku, podstawowe założenia, narzędzia, brief                                                                                                                              |
| Ochrona danych osobowych i informacji niejawnych | Ochrona danych osobowych – zagadnienia wprowadzające.                                                                                                                                                     |
|                                                  | Analiza przykładowego orzeczenia.                                                                                                                                                                         |
|                                                  | Pojęcie informacji niejawnych i zasady ich ochrony.                                                                                                                                                       |
|                                                  | Wykazanie niezbędności wypełniania Ankiety bezpieczeństwa osobowego w ramach weryfikacji osoby.                                                                                                           |
|                                                  | Organizacja ochrony informacji niejawnych, zagadnienie odpowiedzialności.                                                                                                                                 |
|                                                  | Zaprojektowanie obiegu informacji niejawnych o klauzuli zastrzeżone dla przykładowego wydawcy.                                                                                                            |
|                                                  | Środki ochrony informacji niejawnych i ich odtajnienie.                                                                                                                                                   |
|                                                  | Szacowanie ryzyka pod kątem skuteczności wprowadzonych środków ochrony.                                                                                                                                   |
|                                                  | Analiza wybranego ogłoszenia o zatrudnienie dziennikarza pod kątem jego zgodności z systemem ochrony danych osobowych.                                                                                    |
|                                                  | Zasady przetwarzania danych osobowych.                                                                                                                                                                    |
|                                                  | Opracowanie pytań sprawdzających na potrzeby realizacji uprzedniego sprawdzenia - w rozumieniu art 28.1 RODO, podmiotu oferującego zdalne usługi kadrowe z wykorzystaniem rozwiązań chmurowych poza EOG.  |
|                                                  | Zabezpieczenie danych osobowych, rejestry, przepisy karne.                                                                                                                                                |
|                                                  | Opisanie czynności w ramach Rejestru czynności przetwarzania i Rejestru kategorii czynności przetwarzania na potrzeby realizacji procesu "monitoring wizyjny na terenie obiektu Uniwersytetu WSB Merito". |
|                                                  | Ochrona danych a wyjątki prasowe.                                                                                                                                                                         |
|                                                  | Analiza przykładowej decyzji PUODO.                                                                                                                                                                       |
|                                                  | Retencja danych w ramach działalności dziennikarskiej.                                                                                                                                                    |
| Ochrona własności intelektualnej                 | Prawo własności intelektualnej - pojęcie i źródła.                                                                                                                                                        |
|                                                  | Dyskusja na temat sztucznej inteligencji i plagiatów w świetle zapisów prawa.                                                                                                                             |
|                                                  | Tworzenie umów prawa autorskiego, w tym tantiemy.                                                                                                                                                         |
|                                                  | Analiza przypadków dotyczących praktyki zawierania umów własności przemysłowej, patentów i licencji.                                                                                                      |
|                                                  | Przedmiot i podmiot prawa autorskiego, w tym autorskie prawa majątkowe i osobiste.                                                                                                                        |
|                                                  | Sztuczna inteligencja i plagiaty.                                                                                                                                                                         |
|                                                  | Umowy prawa autorskiego, w tym tantiemy.                                                                                                                                                                  |
|                                                  | Dozwolony użytek osobisty i publiczny.                                                                                                                                                                    |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | Prawo własności przemysłowej - patenty, licencje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                         | Ochrona znaków graficznych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                         | Odpowiedzialność karna i cywilna.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                         | Analiza zapisów prawa własności intelektualnej.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Polska agenda publiczna | Polska scena polityczna: partie polityczne i specyfika walki o władzę, spolaryzowana opinia publiczna.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                         | Podziały społeczne w RP i ich źródła: gospodarcze, polityczne i aksjologiczne polityczne.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                         | Spór o model polskiej demokracji i państwa prawa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                         | Kondycja społeczeństwa obywatelskiego: jego spontaniczna manifestacja i instytucjonalne formy.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                         | Polska polityka migracyjna: uwarunkowania endogeniczne i egzogeniczne - problemy praktyczne, dyskusja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                         | Polska polityka bezpieczeństwa: pozycja i rola Polski w światowym systemie bezpieczeństwa i w NATO.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                         | Praktyczne aspekty modeli integracji europejskiej i wizje UE.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                         | Dyskusja nad polską polityką gospodarczą, energetyczną i uczestnictwo Polski w gospodarczej integracji UE.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                         | Polska racja stanu – rozbieżne wizje i ich uwarunkowania polityczno-aksjologiczne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Praktyka zawodowa I     | <p>1. Wprowadzenie w podstawy prawne i przedmiot działalności przedsiębiorstwa - status prawny, struktura własnościowa, przedmiot i zakres działalności, misja, strategia przedsiębiorstwa.</p> <p>2. Zaznajomienie ze strukturą organizacyjną, zasadami funkcjonowania, celami, uprawnieniami decyzyjnymi i zakresem odpowiedzialności.</p> <p>3. Przestrzeganie zasady RODO, BHP i PPOŻ na stanowisku pracy</p> <p>4. Zapoznanie ze standardami i regulaminem pracy.</p> <p>5. Obserwowanie interakcji przełożony – podwładny, procesów komunikowania interpersonalnego w instytucji, ich prawidłowości i zakłóceń</p> <p>6. Zapoznanie się z działaniami i inicjatywami instytucji w obszarze zrównoważonego rozwoju i ESG (wpływ instytucji na aspekty środowiskowe i społeczne)</p> <p>7. Wykonywanie zadań zleconych przez opiekuna praktyk związanych z wykorzystaniem infrastruktury informatycznej (w tym narzędzia ICT, sprzęt, oprogramowania, aplikacje, bazy danych, systemy wewnętrzne instytucji przyjmującej).</p> <p>8. Zapoznanie z eksploatacją urządzeń występujących w instytucji.</p> <p>9. Tworzenie i weryfikowanie prostych dokumentów typowych dla działalności instytucji.</p> <p>10. Pozyskiwanie, analiza i przetwarzanie danych i informacji z zastosowaniem dostępnych metod i narzędzi.</p> <p>11. Zapoznanie z procedurami, instrukcjami, dokumentacją, terminologią branżową w komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej przedsiębiorstwa.</p> <p>12. Wykonywanie zleconych zadań zawodowych i konsultacje z zakładowym opiekunem praktyk w celu omawiania obserwowanych sytuacji i przeprowadzanych działań i ich wyników.</p> |
| Prawo mediów            | Prawo mediów – zakres pojęcia, jego interdyscyplinarność i znaczenie we współczesnym świecie. Regulacje dotyczące mediów w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej i europejskiej konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                         | Wezwanie do zaprzestania naruszania dóbr osobistych adresowane do redaktora naczelnego wybranego czasopisma                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                         | Prawo prasowe - przygotowanie wniosku o sprostowanie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                         | Przygotowanie umowy z domem mediowym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                       |                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | Prawo własności intelektualnej złożenie wniosku i ochronę znaku towarowego                                                                                                    |
|                       | Ochrona nieletnich w kontekście działalności mediów prezentacja orzeczeń sądowych                                                                                             |
|                       | Analiza pod kątem prawnym wybranych reklam                                                                                                                                    |
|                       | Prawo prasowe – prawa drukowana, prawa i obowiązki dziennikarzy, naruszenie praw osobistych, obowiązki autoryzacji, tajemnica dziennikarska, dostęp do informacji publicznych |
|                       | Radiofonia i telewizja - Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Rada Mediów Narodowych, nadawcy publiczni i niepubliczni, zasady budowania programów,                           |
|                       | Prawo mediów elektronicznych. Historia mediów. Media a Internet. Przyszłość mediów                                                                                            |
|                       | Reklama w mediach, sponsoring, telesprzedaż, lokowanie produktu.                                                                                                              |
|                       | Ochrona dóbr osobistych w kontekście działalności mediów. Nieprawdziwe informacje, sugestie i nieuzasadnione oceny w mediach a naruszenie czci.                               |
|                       | Ochrona nieletnich w kontekście działalności mediów. Kwalifikowanie audycji jako szkodliwych, przemoc, pornografia.                                                           |
|                       | Prawo własności intelektualnej w działalności mediów. Prawo autorskie, ochrona tytułu prasowego, ochrona znaków towarowych i usług.                                           |
|                       | Prawo prasowe - przygotowanie wniosku o rejestrację czasopisma                                                                                                                |
| Projekt kierunkowy    | Organizacja i przeprowadzenie badań                                                                                                                                           |
|                       | Zasady pracy nad projektem                                                                                                                                                    |
|                       | Harmonogram projektu. Wybór i formułowanie problemu badawczego oraz hipotez badawczych                                                                                        |
|                       | Wykorzystanie wyników badań dla celów projektu                                                                                                                                |
|                       | Propozycje rozwiązań projektowych                                                                                                                                             |
|                       | Koncepcja rozwiązania problemu badawczego                                                                                                                                     |
|                       | Dobór metody i technik realizacji projektu                                                                                                                                    |
|                       | Redagowanie projektu kierunkowego, w tym przygotowanie jego wersji elektronicznej                                                                                             |
|                       | Dobór, opracowanie oraz poszukiwanie materiałów źródłowych                                                                                                                    |
|                       | Organizacja i przeprowadzenie badań, w tym badania w terenie                                                                                                                  |
| Psychologia społeczna | Czym zajmuje się psychologia społeczna.                                                                                                                                       |
|                       | Spostrzeganie społeczne – wiedza człowieka i sądy o świecie społecznym.                                                                                                       |
|                       | Grupa społeczna.                                                                                                                                                              |
|                       | Stereotypy i uprzedzenia.                                                                                                                                                     |
|                       | Metody i techniki wpływu społecznego.                                                                                                                                         |
|                       | Postawy i zmiana postaw.                                                                                                                                                      |
|                       | Zjawisko konformizmu                                                                                                                                                          |
|                       | Istota, przyczyny i przeciwdziałanie agresji i przemocy                                                                                                                       |

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                    | Zachowania prospołeczne                                                                                                                                                                                                                 |
| Ruchy społeczne                                    | Sposoby definiowania ruchów społecznych. Ruchy społeczne a inne formy aktywności społecznej.                                                                                                                                            |
|                                                    | Ruchy społeczne w teorii socjologicznej - przegląd koncepcji -                                                                                                                                                                          |
|                                                    | Podział ruchów społecznych według kryteriów historycznych, kulturowych, politycznych i gospodarczych                                                                                                                                    |
|                                                    | Ruchy społeczne o charakterze radykalnym - geneza powstania, struktury, cele i metody działania -                                                                                                                                       |
|                                                    | Ruchy społeczne o charakterze obywatelskim - geneza powstania, struktury, cele i metody działania -                                                                                                                                     |
|                                                    | Stare i nowe ruchy religijne - geneza powstania, struktura, cele i metody działania                                                                                                                                                     |
|                                                    | Nowe ruchy społeczne wobec procesów i wyzwań globalizacji - specyfika wzajemnych relacji -                                                                                                                                              |
| Rynek mediów                                       | Periodyzacja przemian mediów w Polsce po 1989 r. Współczesny rynek mediów w Polsce. Typologia mediów. Media publiczne – forma, rola, cele, finansowanie, miejsce na rynku medialnym. Media prywatne. Media społeczne. Media katolickie. |
|                                                    | Rynki medialne w Europie (wybrane przykłady).                                                                                                                                                                                           |
|                                                    | Koncerny prasowe w Polsce. Segmentacja rynku prasowego. Rynek dzienników w Polsce, tygodniki, prasa katolicka.                                                                                                                          |
|                                                    | Przemysł filmowy i audiowizualny.                                                                                                                                                                                                       |
|                                                    | Charakterystyka rynku radiowego.                                                                                                                                                                                                        |
|                                                    | Charakterystyka rynku telewizyjnego (telewizja publiczna, nadawcy telewizyjni koncesjonowani, sieci telewizji kablowej, satelitarne platformy cyfrowe).                                                                                 |
|                                                    | Internet, media strimingowe, media społecznościowe.                                                                                                                                                                                     |
|                                                    | Wyzwania i prognozy dotyczące rynku mediów w Polsce.                                                                                                                                                                                    |
| Wyszukiwanie i analiza informacji                  | Kultura informacyjna, informatologia, nauka o informacji, ekologia informacji.                                                                                                                                                          |
|                                                    | Kultura bezpieczeństwa i cyber zagrożenia.                                                                                                                                                                                              |
|                                                    | Fake news i sztuczna inteligencja.                                                                                                                                                                                                      |
|                                                    | Narzędzia wyszukiwania informacji.                                                                                                                                                                                                      |
|                                                    | Podstawowe metody wyszukiwania informacji.                                                                                                                                                                                              |
|                                                    | Zaawansowane metody wyszukiwania informacji.                                                                                                                                                                                            |
|                                                    | Zasoby cyfrowe archiwów, bibliotek i repozytoriów instytucjonalnych.                                                                                                                                                                    |
|                                                    | Otwarte i zamknięte źródła informacji. Białe i czarne wywiad. Źródła informacji naukowej.                                                                                                                                               |
|                                                    | Informacja specjalistyczna na potrzeby współpracy współczesnej nauki z biznesem.                                                                                                                                                        |
|                                                    | Big data we współczesnym świecie.                                                                                                                                                                                                       |
| Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych | Typologia i mechanizmy sytuacji kryzysowej                                                                                                                                                                                              |
|                                                    | Analiza przypadków kryzysów                                                                                                                                                                                                             |
|                                                    | Kanały i formy komunikacji kryzysowej                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                      |                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                                                                      | Dobór narzędzi komunikacyjnych do scenariusza kryzysowego       |
|                                                                      | Struktura i funkcje planu komunikacji kryzysowej                |
|                                                                      | Tworzenie planu komunikacji kryzysowej dla wybranej organizacji |
|                                                                      | Rola lidera i organizacji w czasie kryzysu komunikacyjnego      |
|                                                                      | Symulacja zarządzania kryzysem komunikacyjnym                   |
| Specjalność: Komunikacja biznesowa i PR (tylko forma niestacjonarna) | Biznes Plan                                                     |
|                                                                      | Design Thinking                                                 |
|                                                                      | Komunikacja wizualna                                            |
|                                                                      | Media społecznościowe i mobilne w biznesie                      |
|                                                                      | Organizacja wydarzeń                                            |
|                                                                      | Personal Branding                                               |
|                                                                      | Praktyka zawodowa II                                            |
|                                                                      | Projektowanie komunikacji                                       |
|                                                                      | Rzecznictwo prasowe                                             |
|                                                                      | Zarządzanie marką i wizerunkiem firmy                           |
| Specjalność: Social media w biznesie (tylko forma niestacjonarna)    | Blog, vlog, podcast - narzędzia komunikacji cyfrowej            |
|                                                                      | Branding w Social Mediach                                       |
|                                                                      | E-commerce i Social Media                                       |
|                                                                      | Influencer Marketing                                            |
|                                                                      | Praktyka zawodowa II                                            |
|                                                                      | SEO/SEM w Marketingu internetowym                               |
|                                                                      | Strategie biznesowe w Social Mediach                            |
|                                                                      | Tworzenie krótkich materiałów video dla social mediów           |
|                                                                      | Tworzenie materiałów graficznych do social mediów               |
|                                                                      | Warsztat pracy dziennikarza w redakcji internetowej             |

*\*Treści programowe mogą ulegać modyfikacjom w procesie doskonalenia programów studiów, w celu zapewnienia ich aktualności oraz dostosowania do oczekiwań rynku pracy.*

#### IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na I stopniu kierunku Media i komunikacja w biznesie

- Komunikacja biznesowa i PR (tylko forma niestacjonarna)
- Social media w biznesie (tylko forma niestacjonarna)

##### A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

| Dyscypliny naukowe                       | % PUNKTÓW ECTS |
|------------------------------------------|----------------|
| Nauki o komunikacji społecznej i mediach | 75%            |
| Nauki o zarządzaniu i jakości            | 15%            |
| Nauki prawne                             | 10%            |

##### B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

| Nazwa wskaźnika                                                                                                                                                                                                                                                             | Liczba punktów ECTS     |                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia                                                                                                     | STUDIA STACJONARNE<br>- | STUDIA NIESTACJONARNE<br>70,3 |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne                                                                                                                                                                                  | STUDIA STACJONARNE<br>- | STUDIA NIESTACJONARNE<br>125  |
| Łączna 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 | 5                       |                               |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru                                                                                                                                                                                                              | 52                      |                               |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym                                                                                                                                                                                                             | 40                      |                               |

##### C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z Regulaminem studiów Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe a zasady ich realizacji, treści programowe, metody kształcenia, efekty uczenia się, czy metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się etc. określają, podobnie jak w przypadku innych zajęć przewidzianych w programie studiów, karty przedmiotów „Praktyka zawodowa”.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów I stopnia wynosi min. 960 godzin dydaktycznych/24 tygodnie. Praktyki realizowane i zaliczane są w semestrach, w których w programie studiów przewidziany jest przedmiot „Praktyka zawodowa”.

Student organizuje praktyki indywidualnie i jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji programu praktyk w danej placówce/firmie/instytucji. Student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni w przygotowaniu do rekrutacji na praktyki.

Z programu praktyk oraz założeń przedmiotu praktyka zawodowa określonych w karcie przedmiotu a także z Regulaminu praktyk zawodowych wynikają bezpośrednio miejsca, w których realizowane są praktyki. Uczelnia monitoruje miejsca praktyk pod kątem ich przystosowania do osiągania efektów uczenia się przypisanych do praktyk na danym kierunku, możliwości realizacji programu praktyk oraz predyspozycji i preferencji studenta. Praktyki realizowane są w podmiotach, które zapewniają praktykantom opiekuna praktyk, odpowiednie stanowiska pracy odpowiadające zakresowi przyszłej działalności zawodowej (dostęp do komputera, Internetu, profesjonalne oprogramowania etc.).

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmują się dedykowani poszczególnym kierunkom pracownicy Biura Karier (BK). Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych sprawuje opiekun praktyk zawodowych z ramienia Uczelni.

#### **D) SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA**

Weryfikacja efektów uczenia się stanowi uniwersalny system umożliwiający monitorowanie, sprawdzanie i ocenianie procesu uczenia się studenta w trakcie całego cyklu kształcenia w uczelni. W doborze metod weryfikacji uwzględnia się rodzaje efektów (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne), etapy kształcenia (I stopień, II stopień), kierunki/programy studiów (merytoryka), a także treści (teoretyczne, praktyczne) i formy zajęć (wykład, ćwiczenia, lektorat, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyka zawodowa). W uczelni przyjmuje się określone sposoby weryfikacji efektów uczenia się: egzaminy (ustne lub pisemne), prace kontrolne, kolokwia, projekty, a także inne aktywności zlecone przez dydaktyka, takie jak np.: ćwiczenia/zadania indywidualne i grupowe, case study, dyskusje dydaktyczne/debaty, prezentacje, gry dydaktyczne. Zróżnicowanie metod weryfikacji pozwalana na całościowe kontrolowanie postępów w procesie uczenia się studenta. Szczegółowe informacje, co do zasad i sposobów weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych kursów/przedmiotów, zamieszczone są w kartach przedmiotów. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczenia, lektoratu, konwersatorium, laboratorium, seminarium – w protokole egzaminu/zaliczenia,
- w przypadku praktyki zawodowej – w protokole zaliczenia praktyki,
- w przypadku egzaminu dyplomowego – w protokole egzaminu dyplomowego.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się podlegają stałej kontroli Metodyka oraz Wydziałowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

## E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

### Studia niestacjonarne

| L.p.     | Przedmiot                                          | Semestr   | ECTS |
|----------|----------------------------------------------------|-----------|------|
| 1.       | BHP                                                | I         | 0    |
| 2.       | Ekonomia                                           | III       | 4    |
| 3.       | Język obcy                                         | II        | 6    |
| 4.       | Język obcy                                         | III       | 6    |
| 5.       | Metody efektywnego uczenia się                     | I         | 3    |
| 6.       | Microsoft 365                                      | I         | 2    |
| 7.       | Podstawy komunikacji społecznej                    | I         | 3    |
| 8.       | Podstawy prawa                                     | I         | 2    |
| 9.       | Podstawy zrównoważonego rozwoju                    | II        | 1    |
| 10.      | Różnice kulturowe                                  | III       | 3    |
| 11.      | Socjologia                                         | I         | 2    |
| 12.      | Wprowadzenie do projektu kierunkowego              | IV        | 1    |
| 13.      | Wprowadzenie do studiowania na kierunku            | I         | 0    |
| 14.      | Wykład do wyboru w języku obcym                    | III       | 2    |
| 15.      | Copywriting                                        | III       | 5    |
| 16.      | Etyka biznesu                                      | VI        | 3    |
| 17.      | Etykieta w biznesie                                | III       | 3    |
| 18.      | Instrumentarium reklamy i PR                       | II        | 5    |
| 19.      | Instrumentarium zarządzania                        | I         | 5    |
| 20.      | Komunikacja w społecznościach lokalnych            | III       | 5    |
| 21.      | Komunikowanie społeczne i medialne                 | II        | 5    |
| 22.      | Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach      | IV        | 5    |
| 23.      | Metody badań społecznych                           | III       | 5    |
| 24.      | Nowe media i e-PR                                  | V         | 5    |
| 25.      | Ochrona danych osobowych i informacji niejawnych   | II        | 4    |
| 26.      | Ochrona własności intelektualnej                   | I         | 4    |
| 27.      | Polska agenda publiczna                            | VI        | 4    |
| 28.      | Praktyka zawodowa                                  | V         | 20   |
| 29.      | Prawo mediów                                       | V         | 3    |
| 30.      | Projekt kierunkowy                                 | VI        | 3    |
| 31.      | Projekt kierunkowy                                 | V         | 3    |
| 32.      | Psychologia społeczna                              | II        | 3    |
| 33.      | Ruchy społeczne                                    | VI        | 3    |
| 34.      | Rynek mediów                                       | III       | 5    |
| 35.      | Wyszukiwanie i analiza informacji                  | II        | 5    |
| 36.      | Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych | VI        | 4    |
| 37.      | Przedmioty specjalnościowe                         | IV, V, VI | 38   |
| łącznie: |                                                    |           | 180  |